



GUIDE DE LA COPRODUCTION FRANCE-BRESIL

RÉALISÉ PAR LES ÉTUDIANT·E·S DU MASTER 2 MÉTIERS DE LA
PRODUCTION CINÉMA & AUDIOVISUEL - 2021-2022



SOMMAIRE

1 PAYSAGE AUDIOVISUEL & CINÉMATOGRAPHIQUE DU BRÉSIL

Industrie du cinéma et de l'audiovisuel	3
Panorama du cinéma	5
Panorama de l'audiovisuel	9

2 LE SYSTÈME DE PRODUCTION

L'ANCINE	11
Financement public direct	13
Financements régionaux : Audiovisuel & cinéma	15
Financement public indirect : Incitation fiscale	17
Financement privé : Chaînes & plateformes	20
Fonds internationaux	21
Critères d'éligibilité ANCINE	22
Droits d'auteur	25

3 DIFFUSEURS ET DISTRIBUTION

Télévision	26
Plateformes	30
Distribution au Brésil	39
Distribution à l'international	42

4 L'EXPLOITATION

Chronologie des médias	46
Fréquentation des salles	46
Réseau de multiplexes	47
Pratiques spectatorielles	48
Cinéma de rue et fondations	49
Festivals brésiliens	50

SOMMAIRE

5 2018-2021 : L'AUDIOVISUEL ET LE CINÉMA EN CRISE

Crise politique et économique	52
Crise de l'ANCINE	54
Crise du Covid	55

6 PERSPECTIVES FUTURES POUR LE CINÉMA ET L'AUDIOVISUEL BRÉSILIEN

Mutations du paysage audiovisuel	57
Essor des nouveaux médias	59

7 LA REPRISE DES FINANCEMENTS PUBLICS

Nouveau départ pour l'ANCINE	62
Une dynamique à confirmer	64
Retour au modèle d'avant crise ?	64

8 RESSOURCES ET FAIBLESSES DE LA PRODUCTION AU BRÉSIL

Nouvel appel à projet ANCINE Coproduction Internationale	
Cinéma 2022	66
Accord de coproduction France-Brésil (CNC-ANCINE)	67
Aide aux cinémas du monde	68
Tourner au Brésil	69

ANNEXES	70
----------------	-----------

PRÉSENTATION DU MASTER 2 MÉTIERS DE LA PRODUCTION CINÉMA & AUDIOVISUEL	80
---	-----------

1

PAYSAGE AUDIOVISUEL ET CINÉMATOGRAPHIQUE DU BRÉSIL

INDUSTRIE DU CINÉMA ET DE L'AUDIOVISUEL

POIDS DU SECTEUR DANS L'ÉCONOMIE

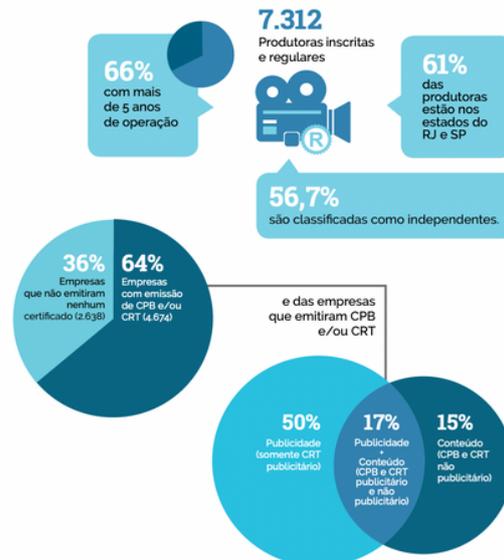
Aujourd'hui, le Brésil figure parmi les leaders de l'industrie cinématographique en Amérique latine. Sur un continent encore largement dominé par le cinéma nord-américain, le Brésil et l'Argentine sont les deux principaux producteurs de films du sud du continent. Avec 215 millions d'habitants en 2021, le Brésil est de loin le pays le plus peuplé d'Amérique du Sud. Il est la 8ème puissance mondiale avec un PIB de 1 400 milliards de \$ en 2020, et le salaire mensuel moyen d'un Brésilien est estimé à 678\$. Le secteur du cinéma et de l'audiovisuel représente 0,46% du PIB, plus que les industries textile et pharmaceutique. En 2018, l'ANCINE (Agence Nationale du Cinéma au Brésil) estime que le secteur génère environ 91 000 emplois dits « directs » (activités dépendantes du secteur) et 180 000 dits « indirects » (activités indépendantes du secteur, mais qui y génèrent de l'emploi).

PROFESSIONNELS DU SECTEUR

En 2016, l'ANCINE recense **7 312 producteurs** au Brésil en incluant les secteurs de la publicité. Parmi eux, **56,7% sont des producteurs indépendants**. 66% des producteurs exercent depuis plus de 5 ans. 61% des producteurs sont établis dans les états de Rio de Janeiro et de São Paulo. Cependant, parmi ces sociétés, toutes ne sont pas actives. Ainsi, seulement 64% d'entre elles ont obtenu un certificat de produit brésilien (CPB), une sorte d'agrément validant leurs productions.

En 2019, l'ANCINE recense **5 438 établissements dans le secteur cinématographique et audiovisuel**, soit 4 165 de moins qu'en 2010, ce qui est notamment dû à la quasi-disparition des loueurs et éditeurs de DVD. Sur les 5 438 sociétés dénombrées en 2019, 2 225 se consacrent à la production/post-production, 87 à la distribution, 820 à l'exploitation cinématographique et 679 à la télévision gratuite.

PERFIL DA PRODUTORA AUDIOVISUAL INDEPENDENTE SEGUNDO DADOS DA ANCINE



RÉPARTITION RÉGIONALE DE LA PRODUCTION AUDIOVISUELLE

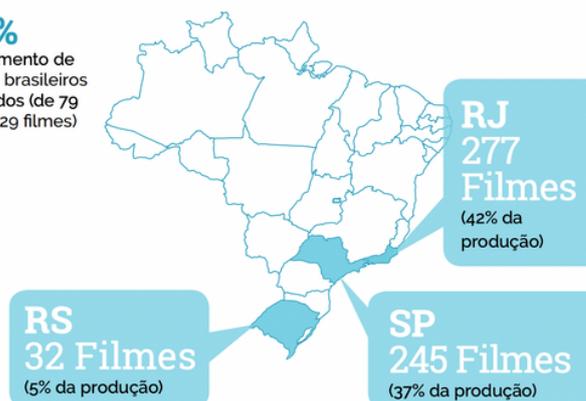
Le Brésil est une fédération de 26 États auxquels s'ajoute un district fédéral (Brasilia), répartis en cinq grandes régions administratives : Norte, Nordeste, Centro-Oeste, Sudeste (région de São Paulo et Rio de Janeiro) et Sul. Selon des chiffres de 2014, au Brésil, **trois États concentrent à eux seuls la majorité (84%) de la production cinématographique : Rio de Janeiro (42%), São Paulo (37%) et Rio Grande do Sul (5%)**.

La répartition en termes d'emplois dans l'audiovisuel est également criante de déséquilibres territoriaux. Ainsi, **la Région Sudeste (de Rio de Janeiro et São Paulo) concentre 60% des emplois du secteur**, contre environ 10% pour chacune des quatre autres régions. Cependant on peut noter une tendance, certes lente, à une meilleure répartition des emplois en région. Ainsi, la région Centro-Oeste est passée d'une concentration de 6,7% des emplois du secteur en 2010 à une de 9% en 2019. De la même façon, toujours d'après l'ANCINE, la région Nordeste rassemblait 13,7% des emplois du secteur en 2019, contre seulement 10,8% en 2010.

Lançamentos cinematográficos

63%

de aumento de filmes brasileiros lançados (de 79 para 129 filmes)



2009-2014

FDC, Mapeamento e Impacto Econômico do Setor Audiovisual No Brasil, 2016



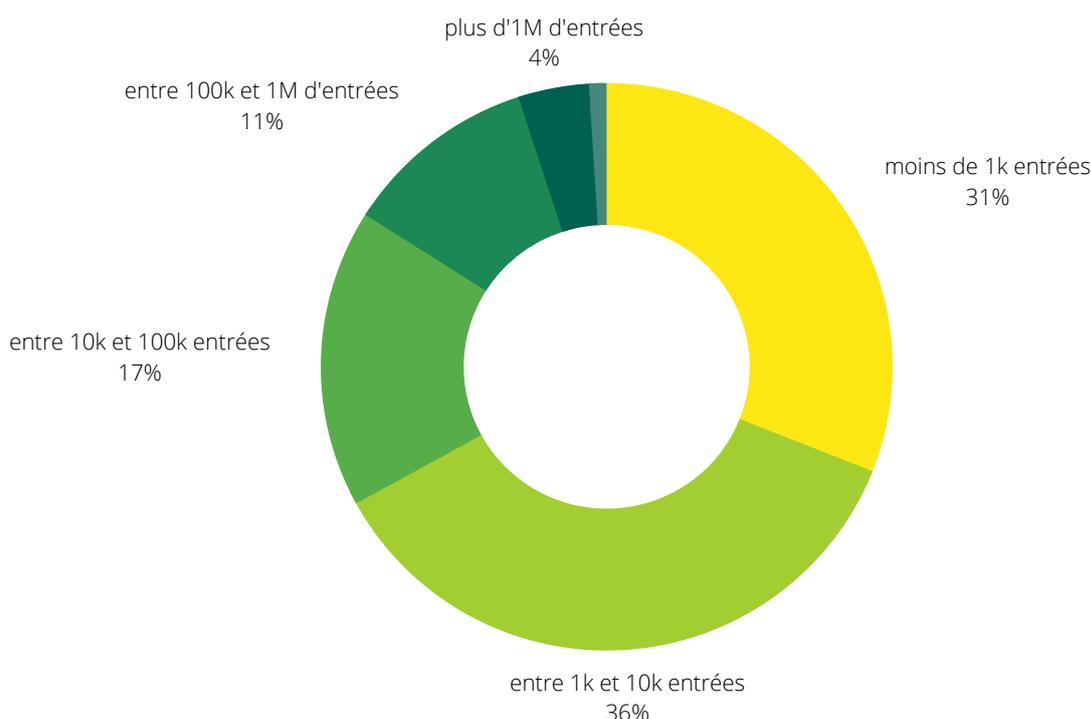
PANORAMA DU CINÉMA

LE PUBLIC

En 2019, 444 films sont sortis en salle, dont 167 étaient des productions majoritairement brésiliennes. On comptabilisait cette année-là 176,4 millions d'entrées totales - 24 millions d'entrées pour des films brésiliens - contre un total de 163,4 millions d'entrées en 2018.

« Bien qu'elle soit considérée comme l'activité culturelle préférée des Brésiliens, l'accès à la production cinématographique nationale se heurte encore à de nombreuses barrières, qu'il s'agisse de la petite taille du parc d'exploitation, du coût des billets d'entrée ou de facteurs structurels de nature socioculturelle (éducation et formation du public). En 2018, 1/3 des films brésiliens lancés en salle a été vu par moins de 1 000 spectateurs et 2/3 ont fait moins de 10 000 entrées. **Bien que la production nationale ait doublé en 10 ans, la part de marché brésilienne est restée au même niveau, soit 10%.** » (IOR, 2018)

% des films brésiliens lancés en salle sur la période 2013-2017 par catégorie de public



IOR, Retrato do Audiovisual Brasileiro, 2018



→ En 2010, 87% des Brésiliens n'étaient encore jamais allés au cinéma.

→ En 2020, 24 millions de Brésiliens sont abonnés à Netflix, soit 10% de la population.

NETFLIX

→ Le Brésil est le 4e pays ayant le plus d'abonnés Netflix. Il se situe derrière les États-Unis, l'Australie et le Royaume-Uni, et se démarque en tant que premier pays non-anglophone.

PARC DE SALLES

Malgré un nombre d'écrans de cinéma en constante augmentation - le pays en comptait plus de 3500 en 2019 - **le Brésil continue à souffrir de sous-équipement**. On estime la présence d'un écran pour 63 000 habitants brésiliens, contre 1 écran pour 11 500 habitants en France d'après l'INSEE en 2017. Ce faible nombre d'écrans est en contraste avec le fort taux de possession de smartphones (au moins un smartphone par habitant). En 2019, seuls 7,92% des villes brésiliennes possédaient un cinéma. **Le parc de salles est aujourd'hui totalement numérisé et la grande majorité des salles (89,3%) se trouve dans des zones industrielles et des centres commerciaux.** (IOR, 2018)

BOX-OFFICE

Les écrans des salles de cinéma sont monopolisés par les films des États-Unis. Seulement 6 films brésiliens figurent dans le box-office des 50 films les plus vus au Brésil ces 40 dernières années, parmi lesquels se trouvent *Nada a perder*, *Tropa de Elite 2*, *Minha mãe é uma peça 2*.

En 2021, les 10 premiers films du box-office étaient des films américains.

Concernant les films brésiliens, en 2012, 6 des 7 films nationaux les plus vus en salles étaient des comédies. Un rapport de l'INA affirmait qu'en 2012, les comédies concentraient « 82% de parts de marché domestique (en nombre d'entrées en salles), pour 20% des aides ». De leur côté, les films ayant attiré 10 000 spectateurs ou moins en salles (soit 57% de la production nationale) n'ont rassemblé que 122 000 spectateurs au total, soit 0,6% de parts du marché domestique alors qu'ils ont concentré plus de 20% des aides.

La tendance des succès au box-office concerne les comédies comme *Um Tio Quase Perfeito 2* et *Minha Mãe é uma Peça 3* qui ont attiré chacune 11,5 millions de spectateurs en 2021 et en 2020 respectivement.



DISTRIBUTION AU BRÉSIL

Les majors états-uniennes, telles que Disney, Sony, Universal et Warner, contrôlent le marché de la distribution brésilienne. Les 10 premiers distributeurs au Brésil possèdent 97,6% des recettes totales.

La distribution des films brésiliens est principalement assurée par deux acteurs : **Downtown Filmes/Paris Filmes**, spécialisé dans les comédies et les films commerciaux, et **Vitrine Filmes** qui assure l'essentiel de la distribution des films indépendants nationaux et internationaux.



EXPORTATION EN FRANCE

Les films totalement ou majoritairement brésiliens sont peu nombreux à bénéficier d'une sortie commerciale en France. Parmi ceux-ci, seuls quelques-uns dépassent le seuil des 70 000 entrées : *O Sal da Terra* (354 006 entrées en 2014), *O Menino e o Mundo* (95 168 entrées en 2014), *Segunda Mãe* (160 944 entrées en 2015), *Aquarius* (171 605 entrées en 2016), *Gabriel e a montanha* (plus de 88 000 entrées en 2017), *A Vida Invisível de Eurídice Gusmão* (70 689 entrées en 2019) et *Bacurau* (97 633 entrées en 2019).





Le Sel de la Terre, Wim Wenders et Juliano Ribeiro Salgado, 2015

DOCUMENTAIRE

Le Brésil produit des documentaires reconnus sur la scène internationale. *O Sal da Terra* de Wim Wenders et Juliano Ribeiro Salgado, par exemple, a été récompensé en 2015 aux cérémonies des Oscars et des Césars dans la catégorie « Meilleur Documentaire » et a été sélectionné au Festival de Cannes. En 2021, *Democracia em Vertigem* de Petra Costa est nommé pour l'Oscar du Meilleur film documentaire et est diffusé sur Netflix à l'international.

De nombreux autres films se sont distingués dans les festivals de catégorie A : *THF : Central Airport* de Karim Aïnouz (2018), *Curumim* de Marcos Prado (2016), ou encore *Estou Me Guardando para Quando o Carnaval Chegar* de Marcelo Gomes (2019).

Netflix produit aujourd'hui des films documentaires comme *Pelé* (2021) de Ben Nichols et David Tryhorn. En 2013 sortait le documentaire *Cidade de Deus : 10 anos depois*, surfant sur le succès mondial de *Cidade de Deus* de Fernando Meirelles et Katia Lund.

ANIMATION

Le cinéma d'animation brésilien obtient un succès planétaire spécialement grâce à la création du Festival International d'Anima Mundi à Rio de Janeiro, mais aussi grâce aux nombreuses récompenses obtenues à travers le monde, comme au Festival d'Annecy où ont été récompensés *O Menino e o Mundo* d'Alê Abreu ou encore *Uma história de Amor e Fúria* de Luiz Bolognesi.

L'animation brésilienne n'est plus seulement la main-d'œuvre des gros studios, mais elle est aussi capable de briller par des créations indépendantes de qualité. Les plateformes SVOD permettent aux séries et aux longs métrages d'animation brésiliens d'être mondialement diffusés, comme la série *Super Drags de Combo Estúdio* disponible sur Netflix.



O Menino e o Mundo, Alê Abreu, 2013

PANORAMA DE L'AUDIOVISUEL

LA TÉLÉVISION BRÉSILIENNE

Contrairement à la France, **la télévision au Brésil est née privée**, en 1950, grâce au lancement de la chaîne privée gratuite *Rede Tupi*. Dès lors, le secteur public et l'État n'ont jamais réellement pu s'imposer, laissant ainsi des entreprises dominer l'ensemble du réseau télévisuel.

« La plus grande chaîne hertzienne du pays, Globo, une chaîne privée gratuite, appartient à l'un des plus grands groupes médiatiques privés d'Amérique du Sud : Grupo Globo. Avec 283 millions de téléspectateurs quotidiens dans 116 pays, dont 150 millions de téléspectateurs au Brésil, TV Globo est la 4e chaîne TV la plus regardée au monde. Une grande partie de son audience et des recettes publicitaires sont faites grâce notamment aux produits phares de la chaîne : les telenovelas, qui s'exportent vers plus de cent pays à travers le monde ».

(CNC, 2022)



Si Globo a une influence hégémonique sur le marché, d'autres réseaux de chaînes de télévision jouent un rôle important : Rede Record ; SBT ; Rede Bandeirantes et RedeTV!.



Au Brésil règne une **forte culture de la consommation télévisuelle** : un téléspectateur brésilien passe en moyenne 6h30 par jour devant la télévision contre 3h40 pour un téléspectateur français.

En 2019, la télévision brésilienne comptait 276 chaînes payantes pour 15,7 millions d'abonnés, un chiffre en constante baisse : en 2021, le nombre d'abonnés chute à 13,9 millions. Les chaînes TV, qu'elles soient gratuites ou payantes, ne communiquent pas leurs audiences.

Ces dernières années, le nombre d'œuvres audiovisuelles enregistrées par l'ANCINE grâce au CPB (Certificat de Produit Brésilien) est en général supérieur à 3 200 annuelles (2020 a été une année particulière qui a vu la production chuter à 2 941 productions agréées, du fait de la pandémie). Parmi ces productions audiovisuelles, 90% sont destinées aux espaces qualifiés des chaînes de télévision. Les espaces qualifiés sont les plages horaires qui correspondent à la diffusion d'œuvres audiovisuelles, et qui excluent ainsi les programmes religieux, politiques, d'informations, de jeux, sports, etc. Les chaînes de télévision ont obligation de diffuser un minimum de programmes dits «qualifiés», (œuvres audiovisuelles) aux heures de pointe, mais elles ont également des obligations d'intégrer à leurs grilles de programmation des programmes brésiliens et indépendants.

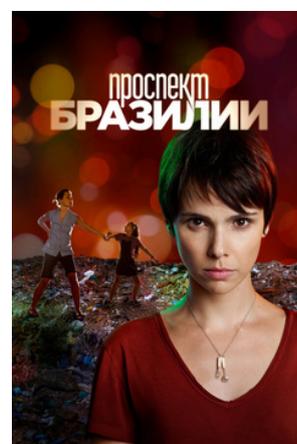
LES TÉLÉNOVELAS

En termes de production audiovisuelle, le **Brésil est surtout connu pour ses telenovelas, des séries dont la diffusion a lieu quotidiennement sur une période entre six mois et un an.** Ces séries mélodramatiques à thématiques variées (policieres, historiques, regionales...) se composent d'épisodes de 30-40 minutes qui suivent plusieurs arcs narratifs et se terminent toujours sur un *cliffhanger*.



La Globo en est le principal diffuseur et réalise chaque jour ses plus belles audiences avec la telenovela du moment en prime-time (*Um lugar ao sol* en février 2022), suivie de près par la 20e saison de *Big Brother Brasil* et le journal télévisé. Le programme le plus regardé sur la chaîne concurrente Record, est une telenovela biblique qui s'intitule *La Bible* (Audiences tvpop, 2022).

La telenovela brésilienne s'exporte particulièrement bien à l'étranger. En effet, depuis les années 70 et l'exportation de la première novela filmée en couleur au Brésil *O Bem-Amado*, de nombreux pays dans le monde sont devenus de grands consommateurs de ces productions brésiliennes. Sortie en 2012, la telenovela *Avenida Brasil* a par exemple conquis 150 pays et été traduite en 19 langues.



2

LE SYSTÈME DE PRODUCTION

HISTORIQUE

Le système de production cinématographique brésilien est relativement jeune. Ceci est dû à l'arrivée tardive de la télévision dans les années 1950 (soit 15 ans après la France), mais aussi aux 20 ans de dictature militaire (1964-1985) qui ont entravé un cinéma national pourtant florissant au début des années 1960. Le Brésil possède cependant un grand dynamisme et une impressionnante capacité à la résilience. Alors qu'en 1992, post-dictature, le Brésil produisait seulement 3 longs métrages destinés aux salles de cinéma, en 2017 soit 25 ans plus tard, il en produisait 158. De même, la quantité d'œuvres audiovisuelles produites a presque doublé entre 2010 et 2015. Cet incroyable boom du secteur audiovisuel brésilien est aussi la conséquence de l'essor économique qu'a connu le pays dans les années 2000 et des politiques culturelles plus favorables, notamment portées par les gouvernements de Lula et Dilma Rousseff.

L'ANCINE

Fondée en 2001, l'ANCINE, l'Agence Nationale du Cinéma au Brésil est devenue un des mécanismes principaux de la production audiovisuelle dans le pays. En effet, l'agence se charge aussi bien des législations, des visas d'exploitation et des autorisations de tournage que des subventions à différentes professions du secteur. Le FSA (Fonds de Soutien Audiovisuel), dont les diverses lignes de financement vont du développement à l'exploitation, est le principal programme de l'ANCINE. L'investissement d'argent public dans l'industrie audiovisuelle était en augmentation croissante jusqu'en 2016, année de la destitution de Dilma Rousseff.

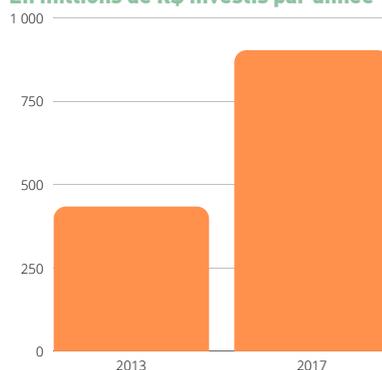
534 R\$ millions
ont été investis via le FSA en 2017

INVESTISSEMENT TOTAL DU FSA
En millions de R\$



3,6 R\$ milliards
ont été investis dans le secteur audiovisuel entre 2013 et 2017 via le FSA

RESSOURCES FÉDÉRALES
En millions de R\$ investis par année



ANCINE, OCA, 2018

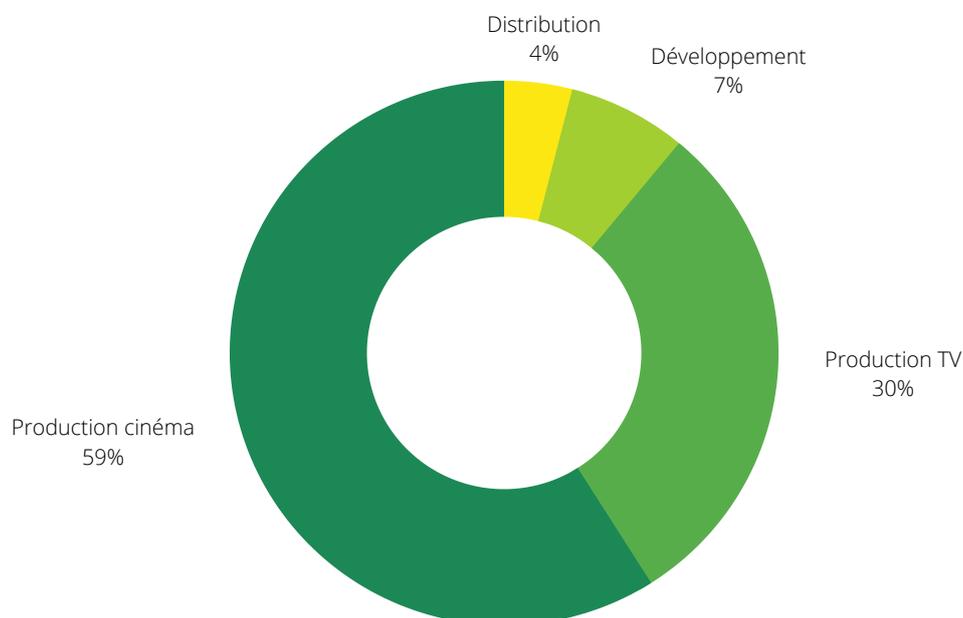
RÉPARTITION INÉGALE DES RESSOURCES DE L'ANCINE

L'investissement public massif dans le cinéma et l'audiovisuel s'est cependant fait de manière inégale, et ce à plusieurs niveaux. Tout d'abord, il a amplement profité aux entreprises des régions de São Paulo et de Rio de Janeiro qui étaient déjà les mieux dotées. Cela a engendré la mise en place de systèmes de quotas régionaux applicables aux différents programmes de l'ANCINE, afin que les autres régions brésiliennes puissent elles aussi profiter de l'essor du secteur. De plus, cet apport public n'a pas profité à toutes les phases de la chaîne de fabrication des longs métrages.

Ainsi en 2017, seulement 4% de l'argent du FSA était destiné à la distribution contre 59% pour la production de cinéma. En 2018, on constate un investissement deux fois plus important dans le cinéma national (vitrine du pays à l'international) que dans les productions audiovisuelles. De plus, la place peu importante du développement, phase qui capte seulement 7% des ressources, pose problème : cela explique notamment que les films brésiliens soient tournés malgré un faible nombre de versions du scénario. Pour cette raison, des programmes comme le BRLab créé en 2010, puis le Projeto Paradiso en 2019, ont pour objectif d'accompagner le développement des œuvres et l'émergence de nouveaux talents à travers leur expertise et leur soutien financier.

DES FORMES VARIÉES DE FINANCEMENT

Répartition des ressources publiques (ici, le FSA) dans la production, 2017 - ANCINE, OCA, 2018



Le Brésil bénéficie d'un maillage de financements assez riche et divers qui permet aux œuvres d'être financées sur différents plans : grâce à des aides publiques, mais aussi grâce à des incitations fiscales ou encore des investissements privés. On remarque cependant dans le dernier rapport de l'ANCINE que la dépendance aux financements publics directs est devenue plus importante ces dernières années.

FINANCEMENT DU CINÉMA ET DE L'AUDIOVISUEL

Pour comprendre comment fonctionne le financement des films au Brésil, il faut avant tout distinguer deux types de fonds : **public et privé**. Ensuite, il existe deux mécanismes principaux pour investir dans le secteur de l'audiovisuel brésilien : **le soutien direct** (national, régional ou privé) et **le soutien indirect**, défini par les lois de défiscalisation.

FINANCEMENT PUBLIC DIRECT

Le Fonds de Soutien Audiovisuel de l'ANCINE (FSA)



Créé en 2006, le FSA fournit des aides financières (sélectives ou automatiques selon le secteur concerné), et ce à tous les secteurs de l'industrie audiovisuelle brésilienne. Entre 2006 et 2016, 70% des films brésiliens ont été financés en ayant partiellement recours à ce fonds. En 2014, le budget du FSA avoisinait les 400 millions d'euros. Aussi, le budget était réparti en quatre grands axes :

- Développement de projets et de formats
- Production et distribution de contenus audiovisuels brésiliens
- Formation professionnelle
- Modernisation des salles de cinéma

L'argent est réparti en différentes aides : automatiques ou sélectives. **Les ressources publiques sont rendues publiques via des appels à projets** qui exposent les conditions à remplir, les critères de sélection et les dates d'inscription. Les projets sont ensuite choisis par une commission. La plupart des aides sont en réalité des avances sur recettes, ce qui suppose que si le film est bénéficiaire sur la phase d'exploitation, il devra rembourser l'ANCINE à hauteur d'un pourcentage de son investissement. La part remboursable était de 80% de l'investissement jusqu'à récemment, mais dans les nouveaux appels lancés en 2022, il semblerait que ce taux soit descendu à 50%.



Ressources du FSA (Fonds de Soutien Audiovisuel)

Pour financer le cinéma et l'audiovisuel, il n'y a pas de taxes sur les tickets de cinéma (pas d'équivalent à la TSA française). Les ressources du FSA proviennent à 80% du CONDECINE (Contribution au Développement de l'Industrie Cinématographique Nationale), qui est une taxe directement prélevée auprès des entreprises de télécommunications.

Depuis 2016, l'un des grands débats d'actualité tourne autour de la responsabilité et de la contribution des entreprises de téléphonie fixe et mobile dans le marché audiovisuel, et du rôle de l'ANCINE dans la gestion de cette taxe. Les avis sont divisés même si la majorité des professionnels est contre la suspension de cette taxe. En 2018, cette taxe rassemblait un budget de 1 125 millions de reais (264 M€). Cependant, une réduction budgétaire est appliquée aux domaines culturels : le montant alloué au FSA a finalement été réduit de 40% en 2020, année où il atteint un total de 315 millions de reais (96 M€). Ce montant équivaut à celui du FSA de 2012.



La fièvre, Maya Da-Rin (2021)

FINANCEMENTS RÉGIONAUX : AUDIOVISUEL & CINÉMA

Concernant les aides publiques, il existe des **aides provenant des régions**. L'argent qui constitue ces aides vient de l'État mais il est géré par les **municipalités et/ou les États fédérés sous forme d'aides sélectives**. Elles sont plus ou moins importantes car elles dépendent des politiques locales et ne sont pas forcément alignées sur le gouvernement fédéral.

Même si ces fonds sont indépendants financièrement de l'ANCINE, ils dépendent cependant de la validation des projets par cette dernière. Ces financements régionaux sont aussi l'occasion de **favoriser des productions en dehors de Rio et de São Paulo**. En effet, la plupart des appels à projets régionaux exigent que les projets soient portés par des sociétés de production locales et peuvent avoir des exigences de dépenses sur le territoire en question.

L'avantage de ces fonds réside dans la différence de leurs lignes de financement par rapport à celles de l'ANCINE. Elles peuvent donc fonctionner en **complément des aides nationales** au niveau du développement, de la post-production ou pour les formats nouveaux médias par exemple.

→ São Paulo - Spcine



L'un des fonds incontournables des productions brésiliennes de la région de São Paulo est le Spcine, organisme géré par la région, responsable de plusieurs appels à projets annuels, tant pour la production de cinéma que d'audiovisuel.

Exemples d'appels à projets en 2021* :

- Appel à projet des Centres de création pour le développement d'œuvres audiovisuelles (Nucleos criativos)
- Appel à projet pour la finalisation de longs métrages à très petit budget
- Appel à projet de production de courts métrages
- Avis public de diffusion des longs métrages de petite et moyenne taille

*Détails des appels à projets en Annexe 1

→ Rio de Janeiro - Riofilme



Ce deuxième fond représente également un très grand apport en financement. Il dépend de la municipalité de Rio de Janeiro et **aide les entreprises de production audiovisuelle et cinématographique de la région**.

Il comprend deux catégories :

- Promotion automatique - performance commerciale et soutien automatique
- Performance artistique
(Annexe 2)

Riofilme est un organisme qui aide également pour les autorisations et les accompagnements en tournage.

→ État du Pernambuco - Funcultura

FUNCULTURA

Le Funcultura est présent dans la région de Pernambuco et lance régulièrement des appels à projets. **Le fonds en a lancé deux en 2021** après quelques années à l'arrêt. L'appel précédent datait de 2018, avant les crises de l'ANCINE, de l'arrivée au pouvoir de Bolsonaro et du Covid (cf. Partie 2.).

- le premier (l'appel n°14) est **spécifique à la production cinéma et télévision** (Annexe 2)
- le second (l'appel n°15) est ouvert à tout le secteur : **développement, courts métrages, diffusion, jeux vidéos, web-séries, développement de longs métrages, etc.** (Annexe 3)

Cependant seuls 50% des fonds alloués sont le fait de l'ANCINE, les 50% restants proviennent de l'État de Pernambuco.

→ État de Minas Gerais



On peut également noter l'aide de l'État du Minas Gerais, qui est lui aussi à l'origine d'appels à projets. En 2020, il n'y a pas eu d'appel à projet audiovisuel ou cinématographique.

En 2021, la région a lancé un **appel pour les courts métrages d'animation et les courts métrages documentaires**. (An

→ État du Rio Grande do Sul

→ État du Ceará



Tatuagem, Hilton Lacerda (2013) - Funcultura

FINANCEMENT PUBLIC INDIRECT : INCITATION FISCALE

• Loi Rouanet (8.313/91)

Cette loi de 1991 permet aux entreprises de financer des projets artistiques contre une exonération fiscale. Ainsi en cas de mécénat, la déduction est limitée à 40% de la valeur investie par l'entreprise et à 80% de la valeur investie par la personne physique. Dans le cas d'un investissement, la déduction est limitée à 30% de la valeur investie par l'entreprise et à 60% de la valeur investie par la personne physique. La Loi de l'Audiovisuel s'inspire d'ailleurs de la Loi Rouanet tout en étant plus spécifique au cinéma et à l'audiovisuel.

• Loi de l'Audiovisuel (8.685/93)

Cette loi autorise les producteurs de films indépendants à lever des fonds provenant d'investisseurs privés (entreprises ou personnes physiques), pour des projets audiovisuels agréés par l'ANCINE, grâce à des mécanismes d'incitations fiscales destinées à ces investisseurs.

Ces mécanismes peuvent être utilisés seulement si le parrainage est fait vers une société de production brésilienne indépendante inscrite à l'ANCINE dont l'activité principale est la production d'œuvres audiovisuelles.

Article 1 - Investissement coproduction

Déduction d'impôt de 3% pour les personnes morales et de 6% pour les personnes physiques. L'exonération est limitée à 4 millions de reais (R\$) à condition que le montant concerné soit investi dans l'acquisition de droits de commercialisation d'un projet audiovisuel.

- Ce mécanisme est valable dans la distribution, l'exploitation et la production d'œuvres cinématographiques brésiliennes (courts, moyens et longs métrages), ainsi que dans les projets de développement d'infrastructures techniques.
- Ce mécanisme autorise les entreprises à toucher une part des recettes du film puisqu'elles deviennent coproductrices.

Article 1A - Mécénat

Investissement sans achat de droits, il s'agit de mécénat qui contribue à l'image de l'entreprise. Même conditions que l'Article 1, avec une légère différence de déduction de 4% de l'impôt pour les personnes morales.

Article 3 - Investissement des Majors

Selon la loi brésilienne, les revenus des entreprises étrangères sur l'exploitation commerciale d'œuvres audiovisuelles sont sujets à une taxe de 25%. L'article 3 leur permet de bénéficier d'une déduction de 70% de cet impôt, à condition que ces ressources soient investies dans le développement des œuvres audiovisuelles ou cinématographiques indépendantes brésiliennes suivantes :

- Coproductions d'œuvres de long, moyen ou de court métrage
- Coproduction de téléfilm, mini série
- Développement de projets d'œuvres cinématographiques

Ce mécanisme permet d'**inciter les collaborations entre les sociétés de production et les principaux distributeurs mondiaux** dans les **œuvres audiovisuelles indépendantes brésiliennes**.

Article 3A - Investissement diffuseurs

Même incitation fiscale que l'article 3 mais sur les revenus des diffuseurs issus de la radio et télédiffusion d'œuvres audiovisuelles pour investir dans les domaines suivants :

- Développement de projets de production indépendante d'œuvres cinématographiques brésiliennes de long métrage
- Coproduction d'œuvres cinématographiques et vidéo de long, moyen et court métrage de production indépendante
- Documentaires
- Téléfilms
- Mini séries

Ce mécanisme permet d'**inciter les collaborations entre les industries du cinéma et de la télévision dans la production d'œuvres audiovisuelles indépendantes brésiliennes**.

Article 39, insert X – MP 2228/01 (Loi favorisant la coproduction audiovisuelle)

Cet article **exempte les programmeurs internationaux de télévision** (ayant des parts sur le marché télévisuel brésilien) jusqu'à 11% de leur contribution au CONDECINE (Contribution au Développement de l'Industrie Cinématographique Nationale) **sur les revenus issus de l'exploitation des œuvres audiovisuelles étrangères au Brésil, diffusées à l'étranger**, à condition que le **montant équivalent soit investi dans la coproduction d'œuvres audiovisuelles brésiliennes de production indépendante**.

● **Les FUNCINES - Fonds de Financement de l'Industrie Cinématographique**

Les Fonds de Financement de l'Industrie Cinématographique ou FUNCINES (Ref : MP 2228-1/2001, Article 41) sont des fonds privés administrés par des institutions financières brésiliennes agréées par le BACEN (Banque Centrale brésilienne). Les capitaux de ces fonds doivent être investis dans des projets approuvés par l'ANCINE et **destinés à soutenir les secteurs de la production, la distribution et l'exploitation audiovisuelle brésilienne. On peut les assimiler aux SOFICA en France.**

Ce dispositif permet l'application de la Loi de l'Audiovisuel ; notamment via l'acquisition de parts des FUNCINES.

● Programme spécial de soutien (Programa Especial de Fomento – PEF)

Sur le principe du fonds d'investissements, l'ANCINE peut fonder un PEF d'office ou en accord avec une institution publique ou privée.

→ Des ressources sont captées via les entreprises brésiliennes, par le biais de l'article 1o-A de la Loi de l'Audiovisuel.

→ Un appel d'offre public à projets répondant aux conditions définies par le PEF en question est lancé. Les projets sélectionnés récupèrent une partie du fonds levé par le PEF.

Selon la loi 11.505/2007, ce **mécanisme est destiné au développement du secteur audiovisuel** et concerne :

- Les projets audiovisuels
- Les accords avec les institutions publiques
- La recherche, l'innovation, la préservation, la formation professionnelle et la qualification entrepreneuriale

● Aide aux productions brésiliennes invitées dans des festivals internationaux

Pendant longtemps ce programme de l'ANCINE soutenait les réalisateurs dont les films avaient été sélectionnés dans les principaux festivals internationaux, en fournissant trois types de bourses :

Type A	Sous-titrage, transport des copies et un billet d'avion par film
Type B	Sous-titrage et transport des copies
Type C	Transport des copies

Le type de bourse accordé dépend de la catégorie de l'événement, suivant une hiérarchie établie par l'ANCINE. Cette hiérarchie est revue chaque année. **Suspendu plusieurs années, ce programme pourrait reprendre prochainement.**

FINANCEMENT PRIVÉ : CHAÎNES & PLATEFORMES

Les chaînes de télévision

Contrairement à la France, **au Brésil, il n'y a pas d'obligation d'investissement dans le cinéma national pour les diffuseurs** (chaînes ou plateformes). Toutefois, comme en France, ils peuvent contribuer à la production des films en **coproduction** ou au travers de **pré-achats** ou de **minimums garantis**.

La chaîne la plus présente au niveau des investissements est **Globo Filmes**. En effet, malgré son origine d'entreprise de radio et télédiffusion, elle a réussi à institutionnaliser les liens entre cinéma et télévision en développant une **importante stratégie de coproduction avec d'autres sociétés de production nationale**.

En fonction des contrats, elle a deux types d'apports :

- une participation financière
- un espace médiatique pour la divulgation et valorisation publicitaire d'un film.

Globo films a participé à tous les plus grands succès du marché brésilien entre 2003 et 2010 (*Tropa de Elite 1&2, Se eu fosse você 1&2, etc.*). Cela confirme donc son rôle important dans le financement du cinéma national. (Annexe 6) De plus, **Globo produit énormément de contenus audiovisuels (téléromans notamment) pour être diffusés sur les chaînes du groupe et vendus à l'international**.

Plateformes

Parmi les plateformes, **Netflix** est particulièrement active en matière de production et ce surtout au niveau des séries. Elle prévoit d'investir dans **40 nouvelles productions brésiliennes en 2022**.



FONDS INTERNATIONAUX

- **Ibermedia**

En dehors des financements nationaux, les producteurs brésiliens peuvent également avoir recours au programme Ibermedia. Il propose, depuis 1998, un **accompagnement des projets de coopération entre l'Espagne, le Portugal et l'Amérique latine.**



Un budget de 8 millions d'euros est alloué chaque année et réparti en quatre programmes qui couvrent l'ensemble des étapes de la création :

- Développement de projets
- Développement de la coproduction de films de long métrage et documentaires
- Distribution, diffusion
- Formation

Depuis 2020, le programme a ajouté une **aide au développement dédiée aux séries télévisées.** Cette année-là, ce sont 123 projets latino-américains qui ont été soutenus : coproduction (48 projets), développement (43), séries (20) et formation (12). (Cineuropa, 2020)

Le programme est également présent lors de laboratoires dans une logique de suivi des projets soutenus. On peut citer par exemple le FantasoLab 2022 (Colombie), laboratoire pour les projets de films fantastiques ibéroaméricains, qui a bénéficié du fond « formation » lors des appels à projets 2021. Ce financement a notamment permis la mise en place de bourses Ibermedia spécifiquement pour ce laboratoire.

- **Bourses festivals - Cinelatino**



CINÉMA EN CONSTRUCTION CINE EN CONSTRUCCIÓN
TOULOUSE

Les producteurs peuvent également bénéficier de **bourses dotées par des festivals internationaux comme le festival français Cinelatino.** Chaque année, ce dernier dispose d'une bourse *Cinéma en Construction*, une section qui accompagne six films en post-production, contribue à leur achèvement et leur offre une visibilité internationale en les présentant à un groupe de professionnels du cinéma, facilitant ainsi leur circulation et leur diffusion.

CRITÈRES D'ÉLIGIBILITÉ ANCINE



→ Afin d'obtenir les financements de l'ANCINE mais aussi les autres formes de financement qui doivent être validées par l'ANCINE (liées à l'exonération fiscale notamment), les sociétés de production doivent remplir un certain nombre de critères.

CRITÈRES GÉNÉRAUX

- **Société de production enregistrée à l'ANCINE**

Il existe une obligation pour les sociétés de production d'être enregistrées comme agents économiques brésiliens indépendants auprès de l'ANCINE, et ce qu'il s'agisse de sociétés de production indépendantes ou de filiales reliées à de plus grands groupes. Cette obligation s'impose aux sociétés ayant comme activité principale ou secondaire les études cinématographiques, la production de films pour la publicité, ou les activités de production cinématographique, de vidéos et de programmes de télévision.

- **Quotas régionaux de financement**

Des quotas régionaux permettent de stimuler la production en région. Ceux-ci concernent les sociétés de production installées depuis au moins trois ans dans tous les États brésiliens sauf ceux de São Paulo et Rio de Janeiro. Ainsi, dans la plupart des appels à projets, une part des budgets (souvent entre 30 et 60%) est réservée aux projets de ces productions établies depuis quelques années.

- **Droits patrimoniaux et diffuseurs des œuvres**

En cas de production audiovisuelle, les droits patrimoniaux des œuvres présentées ne doivent pas être détenus majoritairement par le diffuseur ou par une entreprise appartenant au même groupe que celui-ci.

CRITÈRES SPÉCIFIQUES AU FSA (FONDS DE SOUTIEN AUDIOVISUEL)

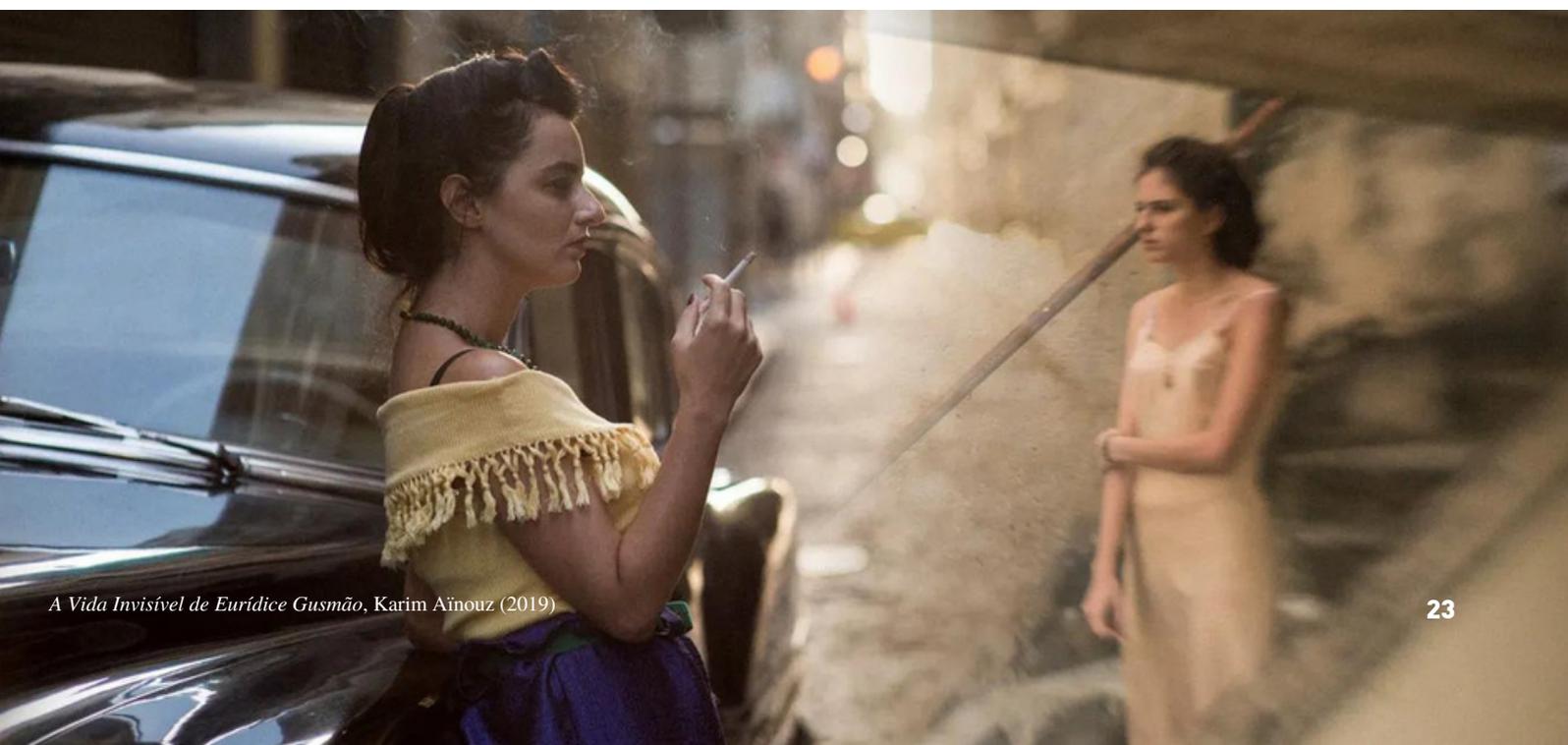
Le FSA est une **avance sur recette** : les investissements sont remboursables en fonction des recettes liées à l'exploitation commerciale de l'œuvre. En cas de coproduction, le remboursement se fait sur la base de la part brésilienne.

Les sociétés de production peuvent déposer **2 projets maximum** par appel à projet.

L'avance est plafonnée en région à 3 000 000 R\$ et à 4 500 000 R\$ en national.

Les projets sont sélectionnés lors de commissions sur les critères d'analyse suivants :

- Projet artistique, synopsis, note d'intention, scénario, storyboard ou structure documentaire ou bible pour les projets d'animation.
- Cohérence du thème, communicabilité et adéquation de la proposition au public.
- Structure physico-financière : condition de conclusion de l'œuvre dans les délais impartis en respectant les étapes de production, tournage, contrats et partenariats.
- Stratégie commerciale et potentiel de retour commercial de l'œuvre audiovisuelle dans les différents segments du marché audiovisuel.
- Perspectives de participation à des festivals nationaux et internationaux, diffusion et valorisation de la culture nationale qui en découlent.



CRITÈRES SPÉCIFIQUES AUX APPELS À PROJETS DE COPRODUCTION INTERNATIONALE

● Production déléguée

En cas de coproduction entre plusieurs sociétés de production brésiliennes, seule une société de production indépendante peut posséder la majorité des droits patrimoniaux de la part brésilienne. De plus, seule celle-ci peut être responsable des opérations et de la gestion financière du projet.

Conditions d'éligibilité en fonction des types de production :

	Part brésilienne majoritaire (≥ 60 %)	Part brésilienne minoritaire (≤ 40 %)
Cinéma	Contrats de distributeurs brésiliens	Le projet doit avoir été sélectionné dans des appels à projets ou fonds de financement internationaux
Audiovisuel	Contrats de diffuseurs brésiliens	Pré-achats ou contrats de diffusion dans le pays majoritaire

● Certificat de Coproduction

Avant l'obtention du financement, une Reconnaissance Provisoire de Coproduction Internationale (RPCI) doit être émise par l'ANCINE et par les institutions des pays coproducteurs lorsqu'il existe des accords de coproduction.

● Financement

Les pays coproducteurs doivent participer à hauteur de 10% minimum du financement de l'œuvre. L'investissement public pour une coproduction majoritaire brésilienne va jusqu'à 3 000 000 R\$ et jusqu'à 1 000 000 R\$ pour une coproduction minoritaire. Les frais généraux et les frais de production sont limités à 10% du budget total. L'analyse des projets se fait sur des critères artistiques et de coproduction (60%) et en fonction du profil de la société de production (40%). (Détails en Annexe)

DROITS D'AUTEUR

De manière générale, le **droit d'auteur au Brésil est similaire au droit français**.

Ainsi il se répartit en plusieurs types de droits :

- **Droit moral**

L'auteur de l'œuvre est seul détenteur du droit moral de celle-ci. Ce droit ne peut être cédé ni transféré, il est inaliénable. Dans le cas des œuvres audiovisuelles, c'est le réalisateur qui exerce son droit moral, il est le seul à pouvoir déterminer le « final cut » du film.

- **Droit patrimonial**

Tous les auteurs ayant contribué à l'œuvre audiovisuelle - à savoir les réalisateurs, scénaristes, directeurs artistiques, directeurs de photographie, compositeurs, etc. - sont autorisés à céder la totalité de leurs droits patrimoniaux, permettant ainsi l'exploitation de l'œuvre. Ainsi, à la différence du modèle américain, il n'existe pas de *buy out* des droits d'auteur puisque la loi empêche la cession des droits moraux et n'autorise que celle des droits patrimoniaux.

- **Droit connexe ou droit voisin**

Au Brésil, de manière similaire à la France, il existe des droits d'auteurs connexes ou voisins pour les artistes interprètes : acteurs et musiciens, par exemple, disposent notamment de droits de la personnalité (d'image, de voix, de nom, d'éléments biographiques).

- **Sociétés d'auteurs**

Au Brésil, il existe un certain nombre de sociétés de droits d'auteurs. Celles en charge des droits musicaux (six organisations rassemblées sous l'égide de l'ECAD) collectent les droits et les redistribuent aux musiciens. Cependant, ce système de collecte et redistribution des droits n'existe pas dans le secteur audiovisuel même si des sociétés comme la GEDAR militent pour que cela soit possible.

Quelques sociétés et associations :

- ECAD - agence nationale de collecte des droits d'auteur musique
- DBCA - réalisateurs brésiliens de cinéma et d'audiovisuel
- GEDAR - gestion des droits des auteurs scénaristes
- ABRA - association brésilienne des auteurs scénaristes

3

DIFFUSEURS ET DISTRIBUTION

TÉLÉVISION

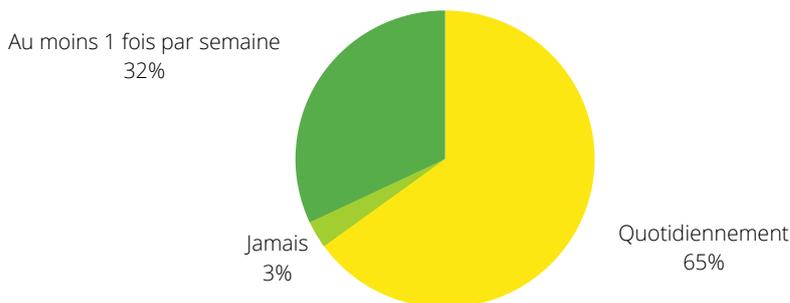
→ La télévision publique achète peu de contenus au Brésil, excepté Globo, qui n'appartient pas à la télévision publique mais qui est la plus grande chaîne de télévision brésilienne privée.

Globo a maintenant sa propre plateforme, Globoplay. La chaîne investit beaucoup d'argent pour coproduire et acheter des titres brésiliens : films et séries. Les distributeurs brésiliens travaillent beaucoup avec Globo.

- **Télévision publique**

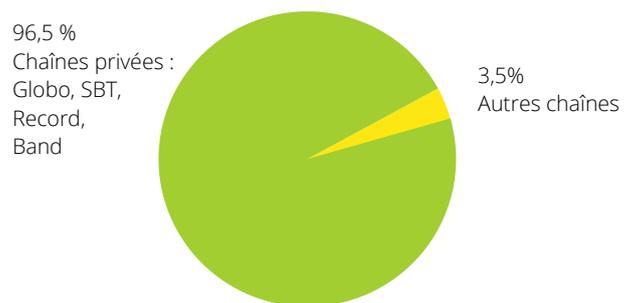
Historiquement développé autour d'enjeux commerciaux, le secteur des médias au Brésil a fait du modèle commercial privé un modèle hégémonique aux mains d'une poignée de familles influentes. De ce fait, le secteur des médias audiovisuels publics s'est toujours réduit à des tentatives isolées à travers le pays, le plus souvent sous la forme de chaînes éducatives dépendantes de subventions variables et sans véritable cadre juridique en matière de gestion.

Habitudes de consommation TV des Brésiliens



Source : Pesquisa Brasileira de Mídia 2014

Les chaînes télévisuelles les plus regardées



Source : Pesquisa Brasileira de Mídia 2014

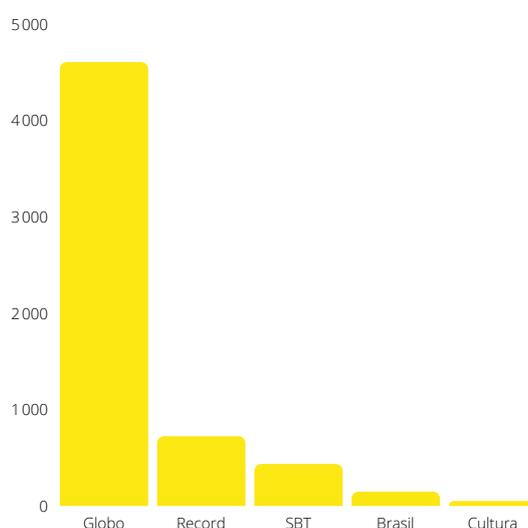
Les chaînes publiques TV Cultura et TV Brasil conçoivent et réalisent différentes émissions éducatives et culturelles. La première, fondée dans les années 1960 à São Paulo, tente de s'imposer dans un contexte déjà propice aux chaînes commerciales. La seconde, créée sous la présidence de Lula, incarne le résultat de longues années de débats sur la nécessité de démocratiser les médias au Brésil et de consolider le secteur public. Cependant, un premier problème de taille limite considérablement les ambitions exprimées : leur accessibilité.

TV Brasil, qui ne couvre qu'environ 60 % du territoire national, n'est présente que dans certains États et est relayée par des chaînes partenaires via le câble, le bouquet satellite et le système digital.

TV Cultura, qui couvre 63 % du territoire national, vient quant à elle de réduire sa couverture satellite pour des raisons budgétaires. Les chaînes commerciales, elles, couvrent 93 à 98 % du territoire.

Il est donc plus facile d'accéder à Globo ou Record (privées) qu'à TV Brasil ou TV Cultura (publiques), même si ces deux chaînes sont – parmi les chaînes publiques – celles qui couvrent plus largement le territoire national.

En termes d'audience, TV Cultura arrive ainsi à la 15e place avec 0,42 points de part de marché et TV Brasil se situe à la 26e place avec 0,26 points.



Aperçu comparatif Privé - Public Recettes 2014 (en millions de dollars)

Législation

En 2021, le principal cadre réglementaire du secteur, la loi 12.485/11, aura 10 ans.

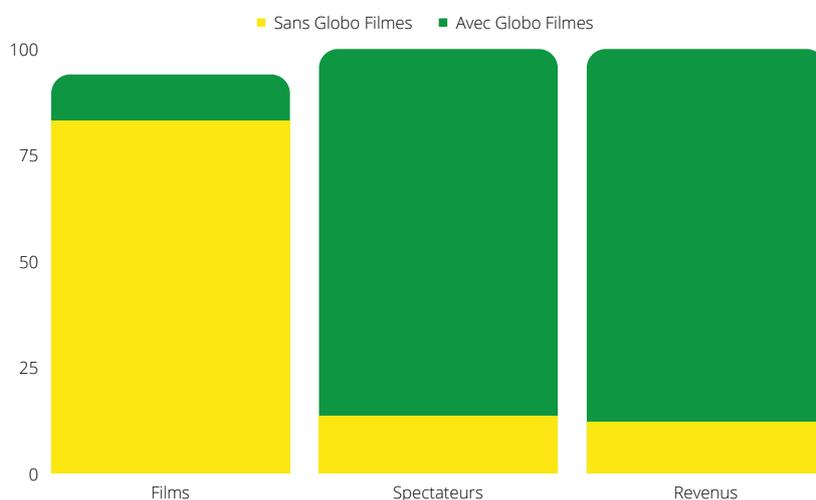
La loi, également connue sous le nom de loi **SeAC** (Serviço de Acesso Condicionado), réglemente le secteur audiovisuel à accès conditionné sur les activités qui permettent l'émission, la transmission et la réception de contenus audiovisuels par tout moyen électronique. Parmi les principaux aspects harmonisés avec la mise en œuvre de la loi n°12.485/2011 sur la communication audiovisuelle, on peut citer, entre autres, les suivants :

1. L'assouplissement des barrières réglementaires à l'entrée des agents sur le marché de la télévision payante
2. La restriction des comportements anticoncurrentiels, tels que l'intégration verticale, la propriété croisée et la production de contenu audiovisuel par les fournisseurs de télécommunications
3. La diffusion et la gratuité des canaux de chaînes publiques
4. L'établissement de quotas de contenu

• Télévision privée - gratuite

La politique d'investissement et de financement du cinéma brésilien centralise tous les moyens financiers dans la région du Sudeste, où sont localisées les dix plus grandes entreprises du pays (parmi elles Globo et Record). L'agglutination de ces entreprises au même endroit crée un cercle vicieux, puisque celles-ci accaparent une grande partie de la production brésilienne et augmentent considérablement le coût moyen d'un film. Parmi ces entreprises, on retrouve la société Globo, qui détient la majorité des revenus et spectateurs brésiliens.

La société Globo se démarque en développant des liens entre le cinéma et la télévision : elle déploie ainsi une tactique de coproduction nationale avec de plus petites sociétés régionales. Ainsi, elle investit dans une grande partie des films produits à l'année, et leur donne accès à une véritable couverture médiatique (télévision, radio, magazine). L'investissement en coproduction de Globo permet à certaines petites productions de finalement voir le jour et de leur assurer une visibilité nationale et internationale.



Films brésiliens sortis en 2010 - ANCINE 2011

• Télévision payante

D'après la législation, les chaînes de l'espace qualifié (CEQ) sont celles qui diffusent, en prime time, une majorité de contenus audiovisuels. **Ces chaînes sont soumises au quota de diffusion de contenu brésilien de l'espace qualifié, avec un minimum légal de 3 heures et 30 minutes hebdomadaires en prime time, devant être produit au moins en moitié par des producteurs brésiliens indépendants.**

Les chaînes brésiliennes de l'espace qualifié (CABEQ), quant à elles, sont des chaînes qui cumulent plusieurs obligations :

elles sont programmées par des programmeurs brésiliens, ne disposent pas d'accords d'exclusivité empêchant leur commercialisation à tout opérateur intéressé, et elles diffusent essentiellement des contenus brésiliens de l'espace qualifié aux heures de grande écoute, dont la moitié doit être produite par des producteurs brésiliens indépendants.

Il existe également des règles spécifiques pour les chaînes pour enfants et pour la valorisation des programmeurs indépendants et des chaînes « super brésiliennes ».

L'art. 17 de la loi n°12.485/2011 oblige que pour chaque trois CEQ, une doit être une CABEQ, et ce dans tous les bouquets offerts par les opérateurs de télévision payante. En outre, pour trois CABEQ, une doit être programmée par un programmeur brésilien indépendant. Parmi les CABEQ à diffuser dans les bouquets, au moins deux doivent être des chaînes « super brésiliennes » (SB), c'est-à-dire qu'elles doivent diffuser au moins douze heures de contenu audiovisuel indépendant par jour, dont trois aux heures de grande écoute.

→ Résultats Quotas de contenu

L'obligation de diffuser du contenu brésilien prévoit également que la moitié du quota prévu soit constituée de contenu brésilien indépendant. Par exemple, sur les chaînes de l'espace qualifié (CEQ), où l'obligation hebdomadaire est de diffuser au moins 3h30 de contenu national, 1h45 doit être constituée d'œuvres indépendantes, ce qui équivaut à environ 4,15% de la programmation en prime time et 1% de la programmation totale.

Dans les chaînes de l'espace CABEQS, on consolide également les heures de programmation brésilienne indépendante et non indépendante, ce qui donne des pourcentages supérieurs à ceux requis par la norme (50% de la programmation aux heures de grande écoute d'œuvres brésiliennes, dont la moitié est indépendante).

→ Valoriser la production indépendante

De manière générale, parmi le temps de programmation alloué aux œuvres brésiliennes sur les chaînes de l'espace qualifié (brésiliennes et non brésiliennes), environ 70% a été constamment occupé par des œuvres indépendantes et ce de manière relativement stable ces dernières années. Pour les émissions diffusées aux heures de grande écoute, ce pourcentage passe à environ 75% du temps de programmation consacré aux œuvres brésiliennes de l'espace qualifié.



PLATEFORMES

COÛT D'UN ABONNEMENT A UNE PLATEFORME

- Le prix moyen d'une place de cinéma au Brésil se situe autour de 30 reais, ce qui équivaut avec le taux de change fluctuant à environ 5,10 euros (*Cuponation*, 2019).
- Le prix moyen pour un abonnement à une plateforme de vidéo à la demande varie selon la compagnie et le nombre d'écrans choisis, mais on peut évaluer son coût moyen autour de 20 reais (*SproutWired*, 2021), soit moins cher qu'une seule place de cinéma.

DIVERSITÉ DE L'OFFRE DES PLATEFORMES



Les plateformes de service de vidéo à la demande sont de plus en plus nombreuses à s'implanter durablement au Brésil, un phénomène qui s'accélère depuis 2019 du fait, entre autres, de la pandémie mondiale qui a contraint les salles de cinéma à fermer leurs portes. Auparavant simples diffuseurs de programmes terminés, les streamers ont multiplié leur nombre d'abonnés et accéléré leur croissance durant la pandémie, et sont aujourd'hui des acteurs essentiels du tissu cinématographique brésilien, en tant que producteurs, acheteurs et diffuseurs de programmes à la fois brésiliens et internationaux. Selon Parrot Analytics, les trois principales plateformes de streaming au Brésil sont aujourd'hui Netflix (50% des parts de marché), Hulu (10,8%) et Amazon Prime Video (10,2%), suivies dans l'ordre par Apple TV+, Disney+, HBO Max, CBS All Access et Globoplay (2,5%) qui est la plateforme du leader télévisuel brésilien.

En marge de ces quelques streamers monopolistiques, il existe également au Brésil une large offre de plateformes disponibles, filiales d'autres grands groupes internationaux (tels Pluto TV, Direct TV, UOL Play, Fumination, Starzplay, Mubi), ou issues d'initiatives plus locales, comme Spcine Play qui propose du cinéma brésilien récent et qui a été créé en partenariat avec la ville de São Paulo, ou encore Argo qui propose des courts métrages et films issus de festivals. Enfin, des plateformes proposent du contenu de niche (comme Oldflix, Darkflix, Afroflix ou Crunchyroll). (*Canaltech*, 2021)

→ **Globoplay, leader Brésilien, investit dans l'achat de titres étrangers et de séries afin de prendre des parts de marché de plateformes américaines. Leur objectif est de concurrencer Netflix, ce qui semble atteignable d'ici quelques années.**

ACHATS ET PRODUCTIONS DES PLATEFORMES AU BRÉSIL

Les plateformes SVOD sont aujourd'hui en position de force au Brésil. Trois années de pandémie ont ébranlé un système déjà fragilisé par une politique étatique hostile à développer et soutenir le cinéma local à hauteur de ses besoins.

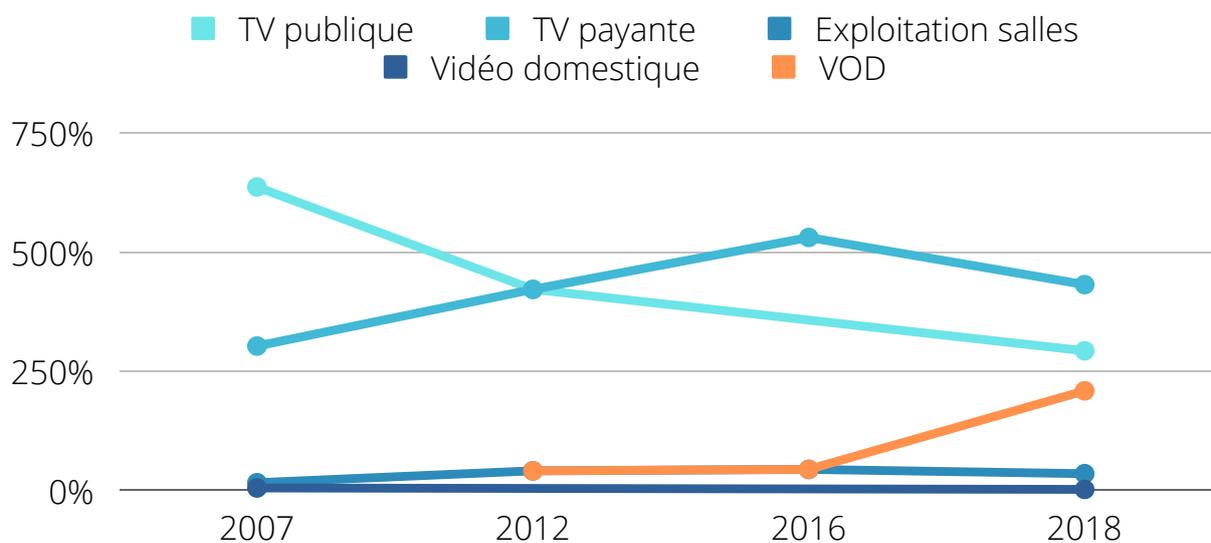
La stratégie des plateformes a évolué : il y a plusieurs années, les films étaient achetés à l'unité par les streamers ; aujourd'hui, leurs contrats sont plus agressifs puisqu'ils rachètent les films par catalogues auprès des producteurs brésiliens, avec un achat de droits pour le Brésil mais plus souvent pour toute l'Amérique latine ou le monde entier. **Netflix**, en tant que numéro un des streamers sur le territoire brésilien, est le premier acheteur auprès des producteurs.

Les films diffusés en première fenêtre sont achetés plus chers que les films sortis récemment au cinéma (ne serait-ce même que quelques jours). Ce sont principalement des fictions et un peu de documentaires qui sont vendus. La même stratégie est appliquée par les concurrents que sont **Amazon Prime Video** ou **HBO Max** par exemple. **Mubi**, en pleine croissance au Brésil, pratique une stratégie différente et à plus petite échelle : la plateforme achète pour moins cher les films car ils sont diffusés peu de temps, mais elle produit en parallèle quelques films brésiliens par an. La plateforme **Globoplay**, qui bénéficie de beaucoup plus de moyens financiers, investit beaucoup en coproductions brésiliennes et en achats de productions brésiliennes (très peu d'internationales).

Certes, les plateformes produisent majoritairement des films dit « commerciaux », mais la demande du public pour plus de diversité dans les programmes fait que les films indépendants sont également produits ou rachetés par les plateformes. Ces films deviennent alors des partenaires pour les producteurs indépendants qui souffrent depuis plusieurs années du manque de financements publics.

The logo for Netflix, featuring the word "NETFLIX" in a bold, red, sans-serif font.The logo for HBO Max, with "HBO" in black and "max" in a purple-to-blue gradient.The logo for Mubi, with the word "MUBI" in black and a cluster of six black dots to its right.The logo for Amazon Prime Video, with "amazon" in black, "prime video" in blue, and the Amazon smile arrow below.The logo for Globoplay, with the word "globoplay" in a red-to-orange gradient.The logo for Discovery+, featuring a colorful circular icon and the text "discovery+" in black.

VERS UNE RÉGULATION DES PLATEFORMES ?



Participation des activités économiques audiovisuelles dans la valeur ajoutée - ANCINE / SRG

Les plateformes privées légales de vidéo à la demande par abonnements sont **très peu régulées** par l'Etat brésilien. Il en résulte une très grande perte de propriété intellectuelle des programmes créés, dont les droits sont vendus aux plus offrants, c'est-à-dire les plateformes internationales qui deviennent alors seules propriétaires des œuvres. Les petites sociétés de production n'ont d'autre choix, à l'ère du numérique, que de s'associer à plus puissant qu'elles. Le déséquilibre des moyens financiers entre les sociétés de production brésiliennes et les géants états-uniens du streaming a créé un rapport de dépendance des producteurs envers les streamers, dont les fonds privés remplacent les fonds publics (des fonds publics plus qu'incertains ces dernières années, apportés par l'Etat à travers les taxes imposées aux opérateurs de télécommunications).

« les plateformes internationales deviennent seules propriétaires des œuvres »

Depuis 2011, l'Etat brésilien impose un quota de productions nationales aux chaînes de télévision (gratuites et payantes par câble), c'est la loi SeAc. Elle prévoit « *l'assouplissement des barrières réglementaires à l'entrée des agents sur le marché de la télévision payante ; des restrictions sur les comportements anticoncurrentiels, telles que l'intégration verticale, la propriété croisée et la production de contenus audiovisuels par les télécoms ; la nécessité de télécharger gratuitement les chaînes de programmation de distribution obligatoire ; l'établissement de quotas de contenu et d'emballage* » (Panorama do Setor Audiovisual, 2021, p.34). Les plateformes de streaming ne sont pas touchées par cette règle et peuvent donc ne diffuser que des productions étrangères si elles le souhaitent, tout en étant disponibles à l'abonnement sur le sol brésilien. Les chaînes de télévision payantes (PayTv) connaissent un déclin qui est corrélé avec la croissance exceptionnelle des plateformes VOD, avec un bond particulièrement fort en 2017.

INVESTISSEMENT DES PLATEFORMES DANS LA PRODUCTION NATIONALE

Les cinq chaînes de télévision qui possèdent le monopole de diffusion au Brésil sont celles qui financent le plus le cinéma et l'audiovisuel local : on peut, par exemple, penser au groupe privé Globo, qui produit un nombre incalculable de telenovelas. Ces chaînes historiques ont mis du temps à transvaser leurs productions en vidéo à la demande et à créer leurs propres plateformes, ce qui a laissé assez de temps aux services de streaming étrangers pour s'implanter durablement au Brésil et attirer les meilleurs techniciens pour collaborer sur leurs productions.

Aujourd'hui, le Brésil représente le deuxième marché mondial pour Netflix : la plateforme compte 17 millions d'abonnés, et propose des abonnements entre 25,90 reais (environ 4 euros) et 55,90 reais (environ 8,73 euros). **Netflix souhaite justement créer une formation pour les futurs professionnels du cinéma pour pallier un manque de techniciens** et ainsi répondre à la demande grandissante de productions cinématographiques et audiovisuelles. L'interventionnisme de la plateforme est visible ci-contre.

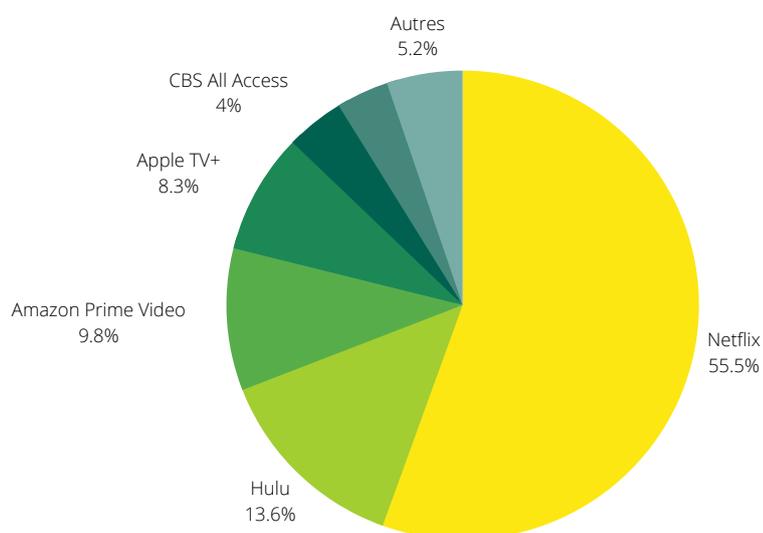
« Netflix a révélé quelques spécificités nationales liées à son fonds de secours en cas de pandémie de coronavirus de 100 millions de dollars, faisant un don de 5 millions de R\$ aux travailleurs de l'industrie audiovisuelle brésilienne [...] »

Screen Daily, 2020

L'émergence des plateformes de vidéo à la demande et leur impact au sein de la production et de la coproduction brésilienne restent cependant à nuancer : *« Il est vrai que les plateformes de streaming ont conquis de nombreux clients ces dernières années, mais il est également clair qu'une part importante des consommateurs considère les services OTT comme complémentaires à la télévision payante [...] »* (Conseil Administratif de la Défense Économique). Les vingt séries produites en deux ans par Netflix et Amazon pour le Brésil demeurent des productions locales, qui ont des difficultés à s'internationaliser, (en comparaison avec *La Casa de Papel* ou *Lupin par exemple*), malgré les tentatives de la firme. De nouveaux acteurs de l'audiovisuel brésilien venant d'Internet, tels que des **créateurs issus de YouTube repérés par les plateformes comme Netflix**, arrivent néanmoins -et en de rares occasions- à émerger. Ils voient alors leurs programmes achetés par les géants américains puis prolongés de plusieurs saisons par les services de streaming. L'extrême majorité des productions des plateformes sont américaines et écrasent donc les productions indépendantes brésiliennes qui peinent déjà à éclore.

→ Globoplay, au même titre que les autres plateformes, soutient majoritairement des films commerciaux. En effet, puisque les plateformes fonctionnent sur abonnement, elles ont besoin de ces films pour attirer des abonnés. Mais si leur priorité est la production et l'achat de films grand public, les plateformes possèdent malgré tout un catalogue de titres indépendants. Netflix et Globoplay par exemple, ont des films brésiliens indépendants même si ce ne sont pas forcément les programmes les plus mis en valeur par les plateformes.

LES HABITUDES DE CONSOMMATION SUR LES PLATEFORMES



Une analyse de **Parrot Analytics** de 2020 (compagnie spécialisée dans la compréhension de la demande des marchés pour du contenu audiovisuel et télévision, au service des entreprises de production et chaînes de télévision), permet d'observer que Netflix est grand premier dans les habitudes de consommation des plateformes, talonné par Hulu (le Brésil est un des deux seuls pays où Hulu bat Amazon Prime Video). Apple TV+ réalise également son meilleur score de parts de marché au Brésil.

Partage de la demande de contenu sur les plateformes (2020)

En 2020, année de la pandémie, le public brésilien s'est, selon Parrot Analytics, tourné majoritairement vers Netflix, ce qui va dans le sens de la réussite mondiale de la plateforme cette année-là. Cependant, Globoplay a adopté des stratégies afin de conquérir le marché brésilien.

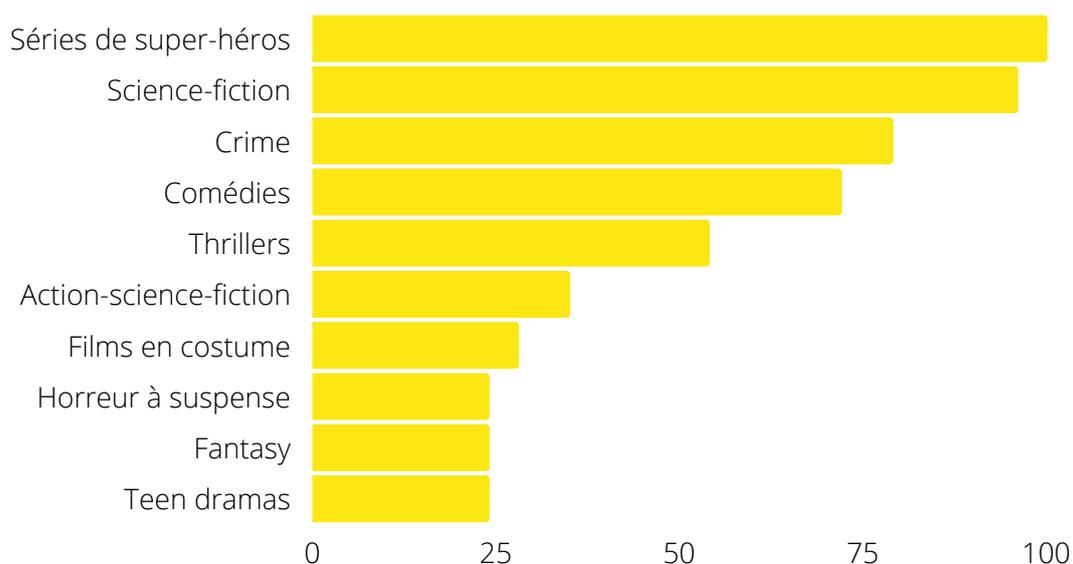


Fig.1 - Les 10 sous-genres les plus demandés pour le contenu en ligne original au Brésil

Une analyse des données fournies par Parrot Analytics montre que les genres les plus produits par des méga-corporations comme Disney, Marvel et Amazon Prime sont les « séries de super-héros », les « drames science-fiction », et les « films d'action de science-fiction ». Les genres qui s'en éloignent sont les « drames policiers », un genre de télévision populaire en France, et les « drames de comédies ». **Les absents de ce top 10 des genres consommés sont : la télé-réalité, les documentaires et les contenus pour enfants.** Les plateformes ne semblent donc pas tenter de concurrencer la télévision sur ce genre de programmes, ces parts de marché sont encore en possession de cette dernière.

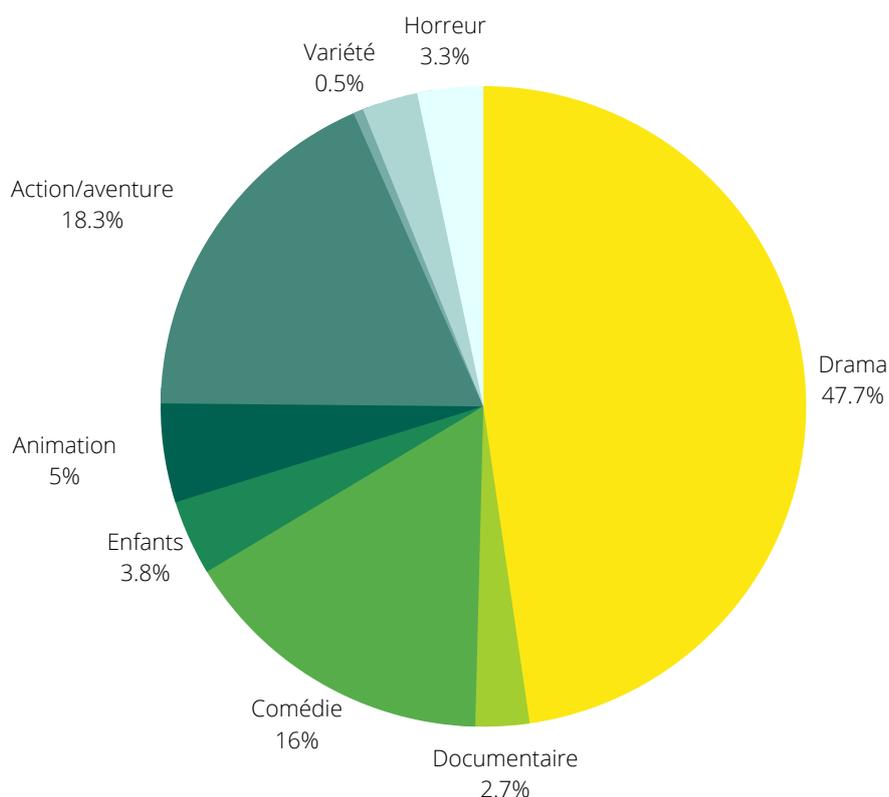


Fig.2 - Répartition de la demande de séries originales brésiliennes en ligne

→ Au vu de cette répartition efficace des contenus proposés et des habitudes de consommation brésiliennes, entre les plateformes de SVOD et la télévision, il paraît effectivement difficile de distinguer une place restante et convaincante pour le cinéma en salles : les parts de marché restantes semblant être le cinéma étranger et/ou les films documentaires.

LA CONCURRENCE ENTRE LES PLATEFORMES

SproutWired est une société américaine de journalisme qui s'intéresse aux innovations importantes dans les milieux de la technologie, des startups, de la politique et de la santé. Elle publie en 2021 un comparatif des coûts d'abonnement à diverses plateformes au Brésil. Cette comparaison donne les résultats suivants :

Forum	Monthly payment
Netflix	R\$21.90 (1 screen) to R\$45.90 (up to 4 screens)
amazon prime video	R\$9.90 (up to 3 screens)
hbo go	BRL 34.90 (up to 3 screens)
Disney+	BRL 27.90 (up to 4 screens)
globeplay	R\$19.90 in Basic plan or R\$42.90 with live channels (up to 5 screens)
Globoplay + Disney +	R\$ 43.90 in Basic plan or R\$ 59.90 with live channels (up to 5 screens)
look	R\$ 16.90 (up to 3 screens)
Apple TV+	R\$9.90 (up to 6 screens)
telecine play	R\$ 39,90
youtube premium	R \$ 20,90

On remarque que **les prix sont quasiment tous inférieurs ou égaux au prix moyen d'une place de cinéma dans un multiplex**, évalué précédemment à 30 reais. Se dégage ici également une tactique d'alliance avec Disney+ de la part de Globoplay, dont le coût total est toujours inférieur au prix moyen de deux places de cinéma, pour un total de cinq écrans. Une stratégie similaire est utilisée par Discovery+ qui s'est récemment implanté au Brésil.



ÉTUDE DE CAS : L'IMPLANTATION DE DISCOVERY +



L'entreprise américaine **Discovery Inc.** est implantée au Brésil avec succès depuis 25 ans en tant que chaîne de télévision, et en réponse à une demande brésilienne. Elle lance en novembre 2021 sa plateforme de streaming. Ses porte-paroles ont avancé lors du lancement de Discovery+ que le catalogue serait « *taillé sur-mesure pour le public brésilien* ».

Comment Discovery+ fonctionne-t-elle depuis les Etats-Unis pour s'implanter au Brésil ?

La chaîne / plateforme propose *Naked & Afraid in Brazil*, adaptation de *Naked & Afraid*, une émission de téléréalité de survie, qui sera disponible pour les audiences brésiliennes autant que pour les audiences internationales. De même, elle produira des émissions « family friendly » pour les enfants, en portugais, pour le Brésil. L'abonnement est au tarif de 21,90 reais par mois.

Discovery+ a également signé un partenariat avec Globoplay, la plus grande plateforme de streaming brésilienne : tous les nouveaux abonnés peuvent profiter d'un forfait à 34,90 reais pour les deux plateformes, ceux déjà abonnés à Globoplay pourront également profiter de ce tarif.

La stratégie d'implantation de Discovery + présente des caractéristiques de chaîne payante (proposition de bouquet, c'est-à-dire d'alliance avec une autre plateforme, proposition de contenus pour les enfants, adaptation de formats à succès, ici de téléréalité). Ces propositions et ces ambitions ressemblent plus à de la télévision ciblée géolocalisée qu'à du service de cinéma à la demande comme peuvent l'être d'autres plateformes de SVOD.

Une stratégie de variété de l'offre se dégage donc, tout en restant appuyée sur les forces de proposition originales des chaînes de télévision mères.

Discovery mentionne une équipe « de production latino-américaine de Discovery », qui travaillerait de concert avec « les meilleures équipes de production, locales et internationales, sur 40 productions à venir les deux prochaines années, en plus de 150 émissions en développement ».



Naked & Afraid in Brazil

BILAN SUR LES PLATEFORMES DE SVOD AU BRÉSIL

Au vu des caractéristiques suivantes...

- un abonnement mensuel pour toute la famille à une plateforme SVOD qui coûte moins cher qu'une place de cinéma pour une seule personne
- des programmes compatibles avec les goûts des spectateurs brésiliens, comptant à la fois du contenu grand-public et de niche, et investissant dans une production locale et internationale
- une difficulté d'accès au cinéma sur le territoire (au demeurant gigantesque), et une centralisation des cinémas dans les grandes villes, qui plus est en multiplexes très chers
- une concurrence stimulante entre les plateformes, qui multiplie les alliances et les "bouquets" d'offres de SVOD
- une conquête retentissante du public brésilien par Netflix lors de la pandémie et un investissement du géant américain dans du contenu pour ce même public
- une place croissante d'investissement des plateformes dans les productions audiovisuelles (films et séries) brésiliennes

... il apparaît que les plateformes ont réussi à s'implanter au Brésil pendant l'année 2020, et le résultat est tel que :

- **le public brésilien moyen se tournerait vers la télévision pour le contenu pour enfants et les telenovelas, majoritairement chez Globo**
- **le public se tournerait vers les SVOD pour les films internationaux, majoritairement "divertissants / commerciaux" (dont des blockbusters), et les films récompensés par les académies**
- **il considérerait en majorité les films en salle comme une sortie foraine, devant être rentable, possiblement allié à d'autres sorties**
- (rentabilisant par exemple le coût pécuniaire ou horaire du déplacement en famille dans un multiplexe-centre commercial), pour aller voir des films divertissants et/ou postmodernes**
- **les documentaires seraient encore une part de marché à s'appropriier en ce qui concerne les plateformes. Ils ne sont pour l'instant détenus ni par la SVOD ni par la télévision, mais ils n'ont pas non plus l'air de rencontrer leur public en salles.**

DISTRIBUTION AU BRÉSIL

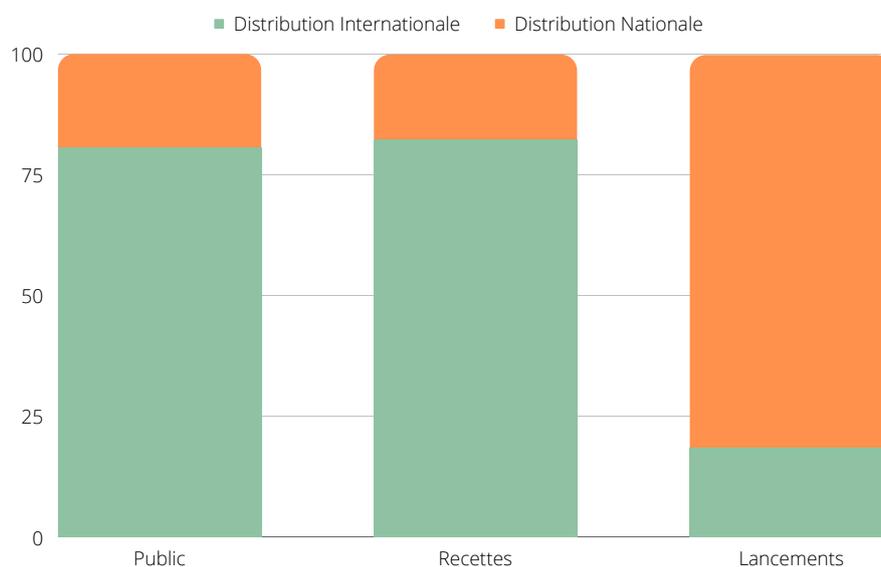
PANORAMA DE LA DISTRIBUTION

Le secteur de la distribution au Brésil est confronté à de nombreuses difficultés et il est peu soutenu par le secteur public. Plusieurs éléments viennent perturber le cycle de la distribution nationale.

Le marché des distributeurs au Brésil est relativement oligarchique. **Les filiales de distribution des majors (Paramount, Warner Bros...) possèdent la plus grosse part de marché et opèrent la plupart des sorties films au Brésil.** Arrivent ensuite des entreprises de distribution brésiliennes nationales, telles que **Downtown Filmes, Paris Filmes, Imovision, Imagem Filmes ou encore Vitrine Filmes.** Cette dernière est la seule société à distribuer des films indépendants brésiliens sur le territoire national.

On peut considérer que la distribution au Brésil est une activité très concentrée puisque les dix premiers distributeurs nationaux rassemblent 97,6% des recettes totales. Parmi ces sociétés, on retrouve toutes les filiales des Majors au Brésil. À eux quatre, Disney, Warner, Universal et Sony occupaient plus de 60% des salles brésiliennes en 2019. Il y a aussi un écart important entre le nombre de films lancés par les distributeurs nationaux d'une part (81% du total) et le public et les recettes captés par les distributeurs internationaux d'autre part (environ 80%). (OCA, 2019)

Comparaison du pourcentage de public, recettes et lancement par origine du distributeur (2019)



ANCINE, OCA, Anuário Estatístico do Cinema Brasileiro, 2019.

AIDE À LA DISTRIBUTION

L'ANDAI (Association Nationale des Distributeurs de l'Audiovisuel Independent) dont fait partie **Vitrine Filmes**, a permis d'instaurer une **avance sur recettes spécialement pour les distributeurs**. Cette aide leur permet notamment de pouvoir financer les frais de lancement des films : affiches, bandes annonces, copies de films, communications, etc.

Cela constitue un risque à prendre pour les distributeurs ainsi que pour les investisseurs, puisque l'industrie du cinéma peine à rassembler des spectateurs face à la montée des plateformes, et du fait de la pandémie du Covid-19. Chaque sortie de film est un défi, car les recettes des entrées doivent permettre le remboursement de l'avance sur recettes et de générer du bénéfice.

Pour l'entreprise **Vitrine Filmes**, l'enjeu est de taille puisque le catalogue distribué est principalement constitué de films brésiliens indépendants dont le box-office est nettement inférieur aux films commerciaux.

SORTIE EN SALLE

Il existe au Brésil un **soutien automatique pour les films sortis en salle, en fonction de leur succès au box-office**. Ce soutien - actuellement interrompu - est géré par l'ANCINE et attribue automatiquement une subvention aux distributeurs. Cette subvention doit obligatoirement être réinvestie dans la production d'un film brésilien. À titre d'exemple, en 2016 *Aquarius* a atteint 300k de spectateurs au box-office, la société de distribution Vitrine Filmes a alors touché 6 millions de reais qu'elle a pu investir sur un autre projet de son choix sans qu'aucun critère artistique ou sélectif ne s'applique. C'est donc un soutien important pour le financement des films. Il est appelé "**le Prix du Box-Office**" (Prêmio adicional de Renda – PAR).

Cependant, du fait de la pandémie, la sortie des films en salle a été compromise par la fermeture de cinéma qui s'est étalée sur un an et demi. Les distributeurs se sont alors tournés vers les plateformes pour continuer à sortir leurs films.

L'ARRIVÉE DES PLATEFORMES

Avant l'arrivée au pouvoir du Président Bolsonaro et la pandémie de Covid-19, la sortie nationale des films brésiliens était déjà impactée par l'arrivée en masse des plateformes telles que Netflix, qui détient 50% des parts de plateformes de distribution, avec 17 millions d'abonnements sur le territoire brésilien. L'arrivée des plateformes a imposé une remise en question des modalités de distribution dans la plupart des pays, et ce même au Brésil. La souplesse de la chronologie des médias brésilienne (un film peut être diffusé en dehors de l'exploitation en salle dès lors qu'il a été projeté au moins une fois sur grand écran) facilite la prise de pouvoir des plateformes ainsi que la vente des droits de diffusion. L'importance des plateformes a bien sûr été consolidée par la crise sanitaire.

DROITS DE DIFFUSION DES FILMS

Les plateformes ont également apporté une nouvelle modalité dans la distribution internationale : elles centralisent et fédèrent les diffusions dans le monde. Ainsi, les films et séries peuvent être diffusés simultanément dans plusieurs territoires, tandis qu'une entreprise de distribution doit effectuer les achats de droits séparément. Dorénavant, **Vitrine Filmes** tâche d'acquérir les droits pour toute l'Amérique latine, puisque ce sont des droits fréquemment demandés par les plateformes.

Les plateformes, en important un nouveau modèle de diffusion et de distribution au Brésil, permettent aux entreprises de vendre directement les droits de diffusion. La plupart des programmes achetés par les plateformes sont des séries, ou des longs métrages de fiction et documentaires, parfois en coproduction. Les achats peuvent être plus ou moins élevés en fonction de la fenêtre, du territoire de diffusion etc.

VITRINE FILMES

La société de distribution **Vitrine Filmes** a été créée en 2010 par Silvia Cruz. C'est la seule société qui distribue les films indépendants brésiliens sur le territoire national. En fonction des années, **elle occupe la deuxième ou troisième place des sociétés qui distribuent le plus de films nationaux au Brésil.**

À ce jour, le catalogue de **Vitrine Filmes** compte plus de 160 films, dont une quarantaine ont été vendus à Netflix.



En tant que pionnier de la distribution indépendante brésilienne, **Vitrine Filmes** a mis en place un certain nombre d'actions telles que la "Session Vitrine" où sont menés débats et rencontres autour de films projetés, et ce pour un faible coût d'entrée.

Ces dernières années, face à la fermeture des salles et à la situation globale, la société de distribution a cherché à diversifier ses activités. Ainsi, elle a choisi d'intensifier la distribution de films indépendants internationaux sur le sol brésilien pour pallier une baisse de la production de films brésiliens mais aussi car ceux-ci attirent des publics plus importants.

Le **Vitrine Lab** a par la suite été mis en place. Il s'agit d'un cours en ligne qui vise à former les professionnels du secteur à la commercialisation et distribution de films. Enfin, **Vitrine Filmes** a élargi ses horizons en créant sa filiale espagnole afin de distribuer des films au-delà des frontières brésiliennes.

DISTRIBUTION À L'INTERNATIONAL

Malgré une bonne circulation des films brésiliens dans les festivals nationaux et régionaux, leur représentation à l'étranger est encore minime.

L'ANCINE ET SES ACCORDS BILATÉRAUX POUR DISTRIBUER À L'INTERNATIONAL

Bien que des accords aient été mis en place pour faciliter l'exportation du cinéma brésilien, le secteur manque encore cruellement d'un soutien financier pour pouvoir rayonner à l'international. Il faut noter que l'ANCINE a rejoint différents organismes afin d'étendre la distribution, l'exploitation et la diffusion des œuvres audiovisuelles et cinématographiques brésiliennes à l'étranger.



L'ANCINE est notamment membre de la CAACI (Conferencia de Autoridades Audiovisuales y Cinematográficas de Iberoamérica), une organisation multilatérale visant au développement de la cinématographie dans l'espace audiovisuel des pays ibéro-américains et à l'intégration de ces pays à l'activité cinématographique régionale.



L'ANCINE est également membre de l'ICA (Institut du Cinéma et de l'Audiovisuel portugais), cette institution vise à soutenir la culture des pays lusophones et soutient financièrement les projets aussi bien pour le développement cinématographique et audiovisuel que pour leur distribution et leur exploitation en salle et en festival.

Cette dernière contribue également à la promotion de longs et courts métrages de fiction, documentaires, d'animation et incite à la coproduction.

De plus, le Brésil a mis en place des **accords bilatéraux avec l'Argentine, le Chili, l'Espagne, l'Italie, le Portugal et le Vénézuéla ainsi que des accords multilatéraux Latino-Américains** dans le but de faciliter les coproductions et d'exporter son cinéma.

Contrairement aux telenovelas qui s'exportent bien, **les films brésiliens se vendent très peu à l'étranger**. Outre l'insuffisance d'apports financiers, peu de réalisateurs et d'acteurs possèdent une visibilité et une reconnaissance internationale suffisantes pour porter les films jusqu'aux festivals internationaux.

Les films totalement ou majoritairement brésiliens sont donc peu nombreux à bénéficier d'une sortie commerciale en France.

Fait marquant de l'exportation du cinéma brésilien :

En 2019, 5 long-métrages brésiliens sont sélectionnés à Cannes. Cette année-là, l'APEX (l'Agence de Promotion des Exportations Brésiliennes) bloque le soutien « Cinema do Brasil », un programme pour la promotion commerciale du cinéma brésilien sur les marchés internationaux. Cet événement reflète les tensions entre les institutions brésiliennes et le gouvernement de Bolsonaro.

L'arrivée de la plateforme Globoplay en France, le 14 octobre 2021, ainsi que dans 19 autres pays principalement européens, laisse envisager un nouveau souffle pour la diffusion de contenus brésiliens à l'étranger. Son offre est basée sur les programmes produits pour les différentes chaînes de sa maison mère, le géant des médias Globo. On y retrouve un panel de programmes lusophones, des telenovelas, des films, des documentaires, de la télé-réalité, etc. Le tout sera proposé en portugais brésilien aux abonnés, avec des sous-titres adaptés en fonction des pays. Au Brésil, elle réunit déjà plus de 22 millions d'utilisateurs.

« La France est un marché très important pour Globo, nous avons une histoire de relations avec les plus grands acteurs du pays et un vaste catalogue de productions doublées en français : des histoires captivantes capables d'émouvoir et de générer identification et connexion avec le public français nous faisons donc la promotion de grands succès et de grandes productions pour assurer une plus grande proximité avec le public, avec le contenu le plus diversifié ».

Angela Colla, responsable des ventes internationales de Globo.



FESTIVALS INTERNATIONAUX

En France, plusieurs festivals contribuent à la diffusion du cinéma brésilien depuis plusieurs années.

Festival du cinéma brésilien de Paris



Soutenu par le gouvernement brésilien, ce festival axe sa programmation autour des dernières sorties fiction et documentaires au Brésil. Cette programmation permet de diffuser chaque année un large échantillon de la cinématographie nationale et de rendre hommage à des cinéastes brésiliens, avec l'aide de la plateforme du festival, Jangada VOD.

Festival Biarritz Amérique Latine



Un festival de référence depuis 1979 qui consacre sa programmation à la découverte du cinéma latino-américain.

Les "Rencontres du Cinéma Sud-Américain" à Marseille

Créées en 1999, dont l'objectif, outre une programmation mettant à l'honneur le cinéma latin-américain, est d'offrir un espace de rencontre pour favoriser les interactions entre professionnels de différents pays.

Festival de Cannes



La sélection compte des films en 2019 comme *Bacurau* de Kleber Mendonça Filho et Juliano Dornelles (Prix du Jury) ; *Sick Sick Sick* d'Alice Furtado (Quinzaine des réalisateurs) ; *La Vie invisible d'Euridice Gusmão* de Karim Ainouz (Un Certain Regard) ; *Indianara* d'Aude Chevalier-Beaumel et Marcelo Barbosa (ACID). Des réalisateurs, scénaristes et producteurs brésiliens ont également été membres du jury pour la Queer Palm : Filipe Matzembacher et Marcio Reolon.

Festival des 3 continents à Nantes



Depuis 1979, un festival qui propose un autre regard sur les cinémas d'Afrique, d'Amérique Latine et d'Asie.

Festival Cinélatino à Toulouse

Depuis 1989 le festival vise à aider et à défendre les cinémas d'Amérique Latine, et œuvre pour une meilleure connaissance, diffusion et distribution de ces cinémas en France.



O Reflexo do Lago, Fernando Segtowick (2020)

À l'étranger, plusieurs festivals diffusent depuis quelques années des films brésiliens. Malgré le gel provoqué par le gouvernement de Bolsonaro, **le Brésil gagne quelques places dans les festivals de classe A et autres grands événements.**

À la Berlinale en 2020, 18 films sont présentés en compétition pour l'Ours d'Or, dont *Todos os Mortos* de Caetano Gotardo et Marco Dutra, une coproduction franco-brésilienne. Également présents dans la compétition Panorama avec le documentaire *O Reflexo do Lago* de Fernando Segtowick.

En 2022, *Fogaréu* de Flavia Neves a été sélectionné dans la section Forum de la Berlinale. Par ailleurs, *Une démocratie en danger* de Petra Costa était parmi les nommés à l'Oscar du meilleur documentaire 2019. Cette reconnaissance internationale a été freinée ces dernières années par la diminution des investissements dans la culture et l'ANCINE, puis par le Covid.

RELATIONS AVEC LES VENDEURS INTERNATIONAUX

Peu de producteurs entrent en contact avec des distributeurs ou des vendeurs internationaux avant que le film ne soit terminé. Il y a donc un manque de contact et de communication en amont du tournage, ce qui affaiblit le potentiel d'exportation des films et empêche les rencontres en festivals et donc l'accès à une dimension internationale (INA, 2014). Notons aussi qu'il y a peu de vendeurs internationaux basés au Brésil. Un certain nombre d'entre eux travaillent depuis l'étranger, depuis les États-Unis ou la France notamment.

Pour pallier ce manque de visibilité des auteurs et films brésiliens à l'étranger, **la fondation Projeto Paradiso dirigée par Joséphine Bourgois a mis en place un soutien pour le teasing et la mise en avant de matériel de traductions, afin que les films aient accès aux marchés internationaux.**



4

L'EXPLOITATION

CHRONOLOGIE DES MÉDIAS

Si un film a été financé par l'ANCINE, l'obtention d'un certificat d'exploitation dépend obligatoirement de l'exploitation en salle en première fenêtre de diffusion. Le film peut ensuite être diffusé sur les chaînes de télévision payantes, puis sur les chaînes gratuites. Contrairement à la France, il n'existe pas de chronologie des médias stricte : **il n'y a pas de délais à respecter entre les différentes fenêtres d'exploitations.**

FRÉQUENTATION DES SALLES

Il y a très peu de salles de cinéma au Brésil comparé à la superficie du pays, ce qui explique le grand nombre de festivals dédiés au cinéma.

Population (IBGE 2019) :	210 147 125
Total communes (IBGE 2019) :	5 570
Total communes avec cinéma :	441 (7,92 %)

1,00 \$ = BRL 4.08 (coté au 31/12/2019)

Il y a environ 3 500 salles de cinéma pour un peu plus de 800 cinémas (842 en 2019).

En moyenne, le prix du billet est de 30 R\$ soit autour de 5,10 € (tout en sachant que le salaire minimum au Brésil en 2019 était de 998 R\$ soit 224 €). Le prix du billet est donc très cher pour les brésiliens au vu de leur pouvoir d'achat.

Il y a très peu de salles par habitant, mais également très peu de public. En effet, si l'on compare la fréquentation des salles en 2019, il y avait 176 millions de spectateurs au Brésil contre 213 millions en France (alors que la population brésilienne représente 3 fois celle de la France).

La population brésilienne n'est donc pas une population qui fréquente beaucoup les salles de cinéma.

cinémas/salles

Total cinémas	842
Nombre total de chambres	3 496
Audience moyenne par salle	50 720

País*	Público (em milhões)
China	1.730,0
Índia	1.560,0
EUA	1.128,5
México	342,0
Coreia do Sul	226,7
Rússia	219,4
França	213,0
Japão	194,9
Brasil	176,4
Reino Unido	176,1
Alemanha	118,6
Espanha	104,9
Itália	104,4
Austrália	84,7
Colômbia	73,1
Turquia	59,4
Argentina	48,7
Chile	29,2
África do Sul	18,5
Portugal	15,5

Audience des salles de cinéma dans les pays sélectionnés* (2019)

Publique

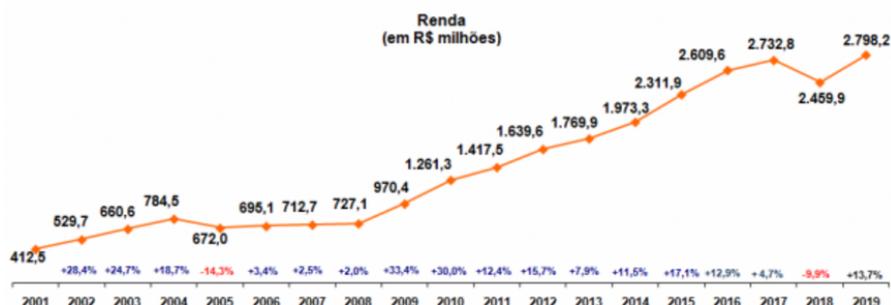
audience totale	177 317 232
le revenu par habitant	0,8
Public des dix premiers	90 604 429
Part de marché des dix premiers	51,1 %
public cinématographique national	24 357 653
Part de marché du film national	13,7 %
public de films étrangers	152 959 579
Part de marché des films étrangers	86,3 %
Public du film 3D	45 380 268
Part de marché du film 3D	25,6 %

Si l'on regarde de plus près la fréquentation des salles en fonction des films, on se rend vite compte que les Brésiliens vont voir très peu de films nationaux. Sur 177 millions de spectateurs en salles en 2019, seulement 24 millions sont venus voir des films brésiliens. Le cinéma national ne représente que 13,7 % de part de marché contre 86,3 % pour les films étrangers, principalement nord-américains.

Du fait d'une publicité non-existante, la commercialisation des films indépendants nationaux est très difficile. Ces films ne rencontrent que très peu le public, qui ignore qu'ils existent. Tatiana Leite, productrice chez Bubble Project, déplore une injustice entre les petits films indépendants et les « gros films populaires » qui ont une plus grande visibilité (Tatiana Leite, 2021). Encore aujourd'hui, le Box Office des films au Brésil ne compte quasiment que des superproductions américaines des studios Marvel, Disney ou Universal : *Spiderman No Way Home*, *Fast and Furious 9*, *The Eternals*, *Venom : Let There Be Carnage*, *Shang-Chi and The Legend of the Ten Rings*, *Black Widow*...

RÉSEAUX DE MULTIPLEXES

En 2019, l'exploitation en salle a généré un total de 2,7 milliards de reais (contre 2,4 milliards de reais collectés en 2018), ce qui avoisine 432 millions d'euros.



Sur ces 2,7 milliards de reais, **la quasi-totalité découle des recettes de films étrangers**. L'exploitation de ces films représente 88 % des revenus issus de l'exploitation en salles. Encore une fois, le cinéma national ne représente qu'une petite part des chiffres de l'exploitation du cinéma au Brésil. Parmi ces revenus, 2,5 milliards de reais proviennent de l'exploitation en salles uniquement au sein de multiplexes.

Revenu

revenu total	2 798 274 902 BRL
revenu total	685 851 692 USD
revenu national du cinéma	334 513 099 BRL
Part de marché des revenus du cinéma national	12,0%
dentelle de film étranger	2 463 761 803 BRL
part de marché des revenus des films étrangers	88,0%

Au Brésil, la grande majorité des salles de cinéma se trouvent effectivement dans des multiplex, de grands complexes cinématographiques présents dans les grandes villes du pays : **89,3% des salles sont situées dans des « shopping centers »**. Ces salles sont principalement occupées par les blockbusters américains, qui détiennent presque toutes les premières places du box-office, mais aussi par quelques blockbusters brésiliens (*Nada a perder, Tropa de Elite, Minha mãe é uma peça*). Le marché étant très concentré, il y a très peu de place pour les films indépendants.

Association des professionnels de l'exploitation

L'**Abraplex (Association Brésilienne des Exploitants de Cinémas Opérateurs de Multiplexes)**, association créée en 2000 et présidée par Marcelo Bertini, a pour objectif de développer la visibilité des exploitants qui possèdent des multiplexes au Brésil. L'association est un espace d'action pour la défense des intérêts du secteur de l'exploitation. Cette institution s'est mise en place au moment où les salles de plus de six écrans étaient une tendance en expansion, afin d'être attentive aux intérêts de ce nouveau segment du marché brésilien de l'exploitation. Depuis 2015, l'Abraplex est basée à Brasilia, ce qui lui permet de suivre de près les discussions sur les thèmes centraux au marché de l'exploitation : quota d'écrans, accessibilité, réduction du prix des billets...

En 2018, l'Abraplex représentait huit groupes d'exploitation en multiplexes : Cinemark, Cinépolis, UCI Cinemas, Cinesystem, Cineart, GNC Cinemas, Arteplex et Moviecom. Ces huit groupes représentent 52 % du nombre de salles existantes et environ 65 % du box-office au Brésil.



PRATIQUES SPECTATORIELLES

Du point de vue des installations, la consommation des films dans les multiplexes brésiliens est différente de celle des spectateurs français. En effet, les différents multiplexes mettent en avant le confort de leurs salles et notamment les installations « luxe ». La chaîne UCI Cinéma a par exemple mis en place un concept de salles VIP, avec des fauteuils « chaise longue » en cuir inclinables électroniquement, ainsi que des serveurs toujours disponibles pour prendre les commandes en salles avec un menu proposant de déguster du pop-corn avec des huiles

spéciales ou des sandwiches à base de pain français, accompagnés de vins, de cocktails...

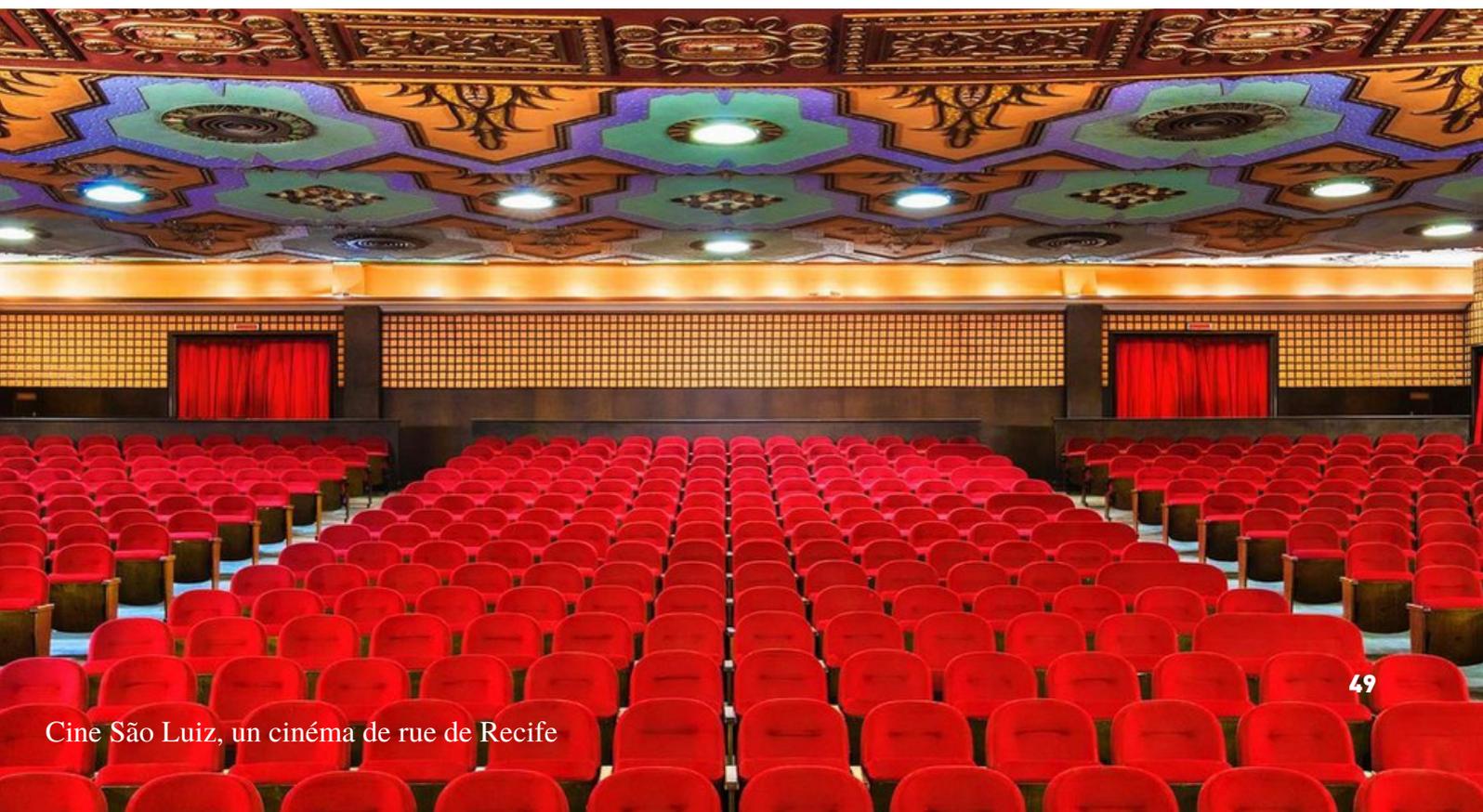
Ce principe de « salle VIP » rend l'expérience de la salle de cinéma tout autre. La salle de cinéma devient un salon offrant service de restauration, fauteuils en cuir et grand écran pour regarder un film (surement un blockbuster). Un lieu de surconsommation qui trouve toute sa place dans un centre commercial, mais n'accueille aucun film indépendant.

CINÉMA DE RUE ET FONDATIONS

Le Brésil a la particularité d'avoir en plus d'une exploitation commerciale en salle, une exploitation que l'on pourrait considérer comme culturelle, qui malgré un manque de rentabilité, permet de promouvoir une diversité du cinéma brésilien. Cette exploitation culturelle est menée par les collectivités territoriales (les États et les municipalités brésiliennes) mais aussi par des fondations privées à but non lucratif.

Il n'existe que **très peu de salles de cinéma indépendantes au Brésil**, ce sont principalement des « **cinémas de rue** » (qui ont pignon sur rue à la différence des multiplexes dans les centres commerciaux) ou bien des **salles au sein de centres culturels**. Le SESC, le Service Social du Commerce, financé par un impôt auprès des sociétés de commerce et de service, promeut la culture de manière large (arts du spectacle, arts visuels, musique et cinéma) grâce à ses centres culturels. Ces différentes salles offrent une programmation diversifiée avec des films brésiliens et internationaux : **des longs métrages comme des courts métrages, lors de séances gratuites ou à bas coût**. Certaines salles ont également mis en place des prix dynamiques en prenant en compte les données socio-économiques : certains peuvent payer plus cher que d'autres, en fonction des salles et des lieux.

Ces lieux accueillent aussi de très nombreux festivals locaux et à thématiques variées, et sont pour de nombreuses productions indépendantes qui n'arrivent pas à accéder aux multiplexes les seuls endroits de projection possibles. Même si elles sont peu importantes en termes de volume, il existe donc des salles indépendantes qui restent primordiales pour la qualité de leur programmation, et abordables financièrement, mais ces salles ne sont pas pleines pour autant. Si les brésiliens ne vont pas au cinéma, ce n'est pas uniquement à cause du prix mais également et surtout parce qu'il n'en n'ont pas l'habitude. Ils se déplacent pour voir des blockbusters américains ou brésiliens mais peu pour voir un cinéma national indépendant.



FESTIVALS BRÉSILIENS

Si seulement 7,92 % des villes brésiliennes sont dotées d'un cinéma, le Brésil compte cependant une **multitude de festivals de cinéma**.

Le Festival international du film de Rio de Janeiro

Il s'agit du plus grand festival de films au Brésil avec un public d'environ 250 000 spectateurs répartis dans plus de 30 salles de la ville. Ce festival est la principale fenêtre mondiale pour la production brésilienne avec la section *Première Brasil*. La France est bien représentée au sein d'une programmation internationale de 300 films ainsi qu'avec des rétrospectives régulières de cinéastes français. En parallèle, le Festival de Rio organise chaque année le *RioMarket*, un espace de rencontres qui permet d'échanger sur les différents sujets d'actualité.



Le Festival du Film International de Sao Paulo - la Mostra

Premier grand festival international du film à avoir vu le jour au Brésil : le Festival du Film International - la Mostra propose dans 28 lieux culturels à travers la ville plus de 350 films issus de 60 pays, répartis en 5 sections. Les trois sections principales sont : la Compétition (réservée aux nouveaux réalisateurs présentant leur premier ou second film) composée de 10 à 12 films, Perspectives internationales et les Projections spéciales. Le public est invité à voter pour le prix du meilleur film chaque année. On compte habituellement une cinquantaine de productions françaises réparties dans les différentes sections. À titre de comparaison avec le Festival international de Rio, la Mostra propose une programmation davantage tournée vers les films art et essai.



Le Rio Content Creative

Ayant lieu chaque année, il s'agit d'un des principaux rassemblements de professionnels d'Amérique du Sud. Organisé par le Secrétariat de la Culture, en partenariat avec Petrobras, le Rio2C prévoit l'organisation de conférences, d'expositions et d'ateliers sur les diverses innovations faites dans le secteur des industries créatives ainsi qu'une partie plus professionnelle avec différents marchés et séances de pitching.



Le Festival Coisa de Cinema à Salvador de Bahia



Organisé annuellement dans la ville de Salvador, le festival International Panorama « Coisa de cinema » est un festival qui promeut la diversité et projette une centaine de films sur une semaine entre fin octobre et début novembre. Le festival peut notamment compter sur l'appui de l'Institut Français, de l'Ambassade de France au Brésil et de partenaires institutionnels comme Petrobras ou le ministère de l'éducation. Depuis 2005, le festival s'engage en faveur du cinéma d'auteur et participe ainsi à la production de long métrages, courts métrages et séries. Il cherche aussi à mettre en avant la programmation locale, et est impliqué dans la gestion de 4 salles de cinéma salvadoriennes.



Le Festival É Tudo Verdade

Le Festival É Tudo Verdade est un festival international de films documentaires, ayant lieu chaque année à Rio et São Paulo.

Festival Varilux de Cinéma Français au Brésil

FESTIVAL
VARILUX
DE **CINEMA**
FRANÇÊS

Initié en 2008 par Unifrance, le Festival Varilux de Cinema Francês a lieu chaque année en juin en partenariat avec l'Ambassade de France et les Alliances françaises. 16 longs-métrages y sont présentés en avant-première. Les films sont sélectionnés prioritairement en fonction des propositions des distributeurs brésiliens, tout en s'efforçant de refléter la diversité de la production française, du film d'auteur à la comédie. Par ailleurs, le festival organise un atelier franco-brésilien d'écriture de scénarios en partenariat avec le Conservatoire Européen d'Ecriture Audiovisuelle (CEEA).

Deux grands ateliers et laboratoires de coproduction internationale existent au Brésil



Le **Br-LAB** a lieu en septembre à Sao Paulo et organise en général des ateliers de coproduction internationale sur le modèle du Fidlab de Marseille.

Le **CineBH** est un laboratoire de coproduction qui a lieu durant la Mostra de Belo Horizonte (le Festival du film international de São Paulo).

5

2018-2021 : L'AUDIOVISUEL ET LE CINÉMA EN CRISE

Alors que le Brésil est en crise économique depuis dix ans, le pays se retrouve également plongé dans une crise politique sérieuse depuis 2016. Avec l'arrivée de Jair Bolsonaro au pouvoir en 2018, le pays a hérité d'un gouvernement que l'on sait hostile à la culture et tâche de survivre au milieu d'une pandémie mondiale qui s'éternise. Autant dire que le Brésil a connu des époques plus paisibles et le secteur audiovisuel des moments plus prospères.

CRISE POLITIQUE ET ÉCONOMIQUE

Crise économique et « Lava jato »

La crise économique qui touche le Brésil depuis quelques années a bien sûr des conséquences sur la production audiovisuelle du pays. En effet, comme vu précédemment (cf. Financement), les œuvres sont financées en partie par de l'argent privé grâce à l'incitation fiscale (mécénat ou investissement). Puisque les bénéficiaires des sociétés ont subi les impacts de la crise, l'intérêt pour l'exonération d'impôts a diminué.

De plus, un scandale politico-économique connu comme l'opération Lava Jato secoue le Brésil en 2014. Cette énorme enquête anti-corruption, qui tient le pays en haleine pendant deux ans, met en cause de très nombreux responsables politiques dont le gouvernement en place, ce qui a mené à la destitution de Dilma Rousseff en 2016. Ce scandale met également en cause l'entreprise nationale de carburant Petrobras. Or il se trouve que Petrobras est l'une des entreprises qui investit le plus dans le cinéma, favorisée par les différents dispositifs d'incitation fiscale.

La crise économique ainsi que l'opération Lava Jato ont donc fragilisé le financement de

l'audiovisuel et du cinéma brésilien en diminuant la part des investissements venant du secteur privé.

Changements économiques

Suite à la destitution de Dilma Rousseff en 2016, la gauche perd le pouvoir au Brésil. En effet, c'est Michel Temer qui reprend la présidence avec une vision beaucoup plus libérale du Brésil qu'il veut privatiser, et pour qui financer la culture ne présente pas d'intérêt particulier. C'est à ce moment que la production cinématographique et audiovisuelle commence à se tarir.

L'ANCINE vit aussi à cette époque une crise administrative qui explique les difficultés rencontrées par le secteur. Cependant, on peut imaginer que s'il y avait eu une véritable vision culturelle pour le pays et une volonté politique, la crise de l'ANCINE aurait pu se résoudre plus rapidement.

Si Temer n'était déjà que peu favorable au secteur de la culture, Bolsonaro élu président en 2018 lui est franchement hostile. Il fait en sorte de ralentir tous les processus de reconstruction de l'ANCINE en licenciant bon nombre de ses fonctionnaires, en ne nommant pas les postes de direction et en faisant déménager l'agence.

Bolsonaro en croisade contre la diversité culturelle

En 2020, Bolsonaro décide de baisser de 43 % les aides à la production cinématographique. En parallèle de la réduction des financements publics, le président souhaite aussi « filtrer » les films produits pour qu'ils « *intéressent la population dans son ensemble, et pas seulement les minorités* » (*Diario de Pernambuco*, 2019). De plus, il impose un pasteur évangélique à la tête de l'ANCINE. En 2021, il y avait plus de 200 demandes de producteurs pour la libération de ressources bloquées depuis deux ans. Pendant l'année 2021 seulement deux projets ont été approuvés.

Au-delà des mesures empêchant les films de se faire, il s'agit d'une véritable chasse aux sorcières pour discréditer des films terminés depuis longtemps. Ainsi, les fonctionnaires de l'ANCINE épluchent les rendus de comptes d'anciens films et notamment de réalisateurs ouvertement opposés au pouvoir en place (*Diario de Pernambuco*, 2019).

C'est aussi la sortie en salle des films achevés qui pose problème. On a par exemple parlé de censure dans le cas du film *Marighella* de Wagner Moura, qui est finalement sorti au Brésil en 2021 après deux ans de tentatives et une belle trajectoire en festivals à l'international (Observatório do Cinema, 2021). Sa sortie en salle aurait été empêchée par l'ANCINE qui se refusait à donner le feu vert « *car il restait des questions administratives à régler* » (Observatório do Cinema, 2021). Mais pour un film qui retrace la vie d'un militant communiste brésilien opposé à la dictature et assassiné en 1969 par la police, la censure d'un gouvernement qui combat ouvertement le communisme ne laisse que peu de doutes.

Impact sur les festivals

Les propositions faites pour étendre et amender la loi sur l'audiovisuel (lei 8.685), notamment en ce qui concerne les soutiens aux festivals ou les incitations à la création de nouvelles salles, se sont pour la plupart heurtées au veto du gouvernement Bolsonaro. Ceci, conjugué aux réductions budgétaires et au fait que les entreprises publiques comme Petrobras ont été contraintes de réduire leurs parrainages d'activités culturelles, fait que de nombreux festivals et manifestations brésiliennes sont aujourd'hui en danger (à titre d'exemple, l'édition 2019 du Rio Film Festival a dû être décalée d'un mois et passer par une campagne de crowdfunding en 2019, et son édition 2020 a tout simplement dû être annulée).



CRISE DE L'ANCINE

Rappel du rôle de l'ANCINE

Créée en 2001, l'Agence nationale pour le cinéma brésilien est un organe régulateur et financeur du cinéma. Autonome et indépendant sur le plan administratif et financier, il opère sous la supervision du ministère de la culture brésilien.

La mission de l'ANCINE consiste à établir des conditions de concurrence égales entre les agents économiques qui constituent le secteur audiovisuel brésilien et, par conséquent, de stimuler le développement d'une industrie audiovisuelle forte et durable.

Cependant, depuis 2018, aucun appel à projet du FSA (Fonds de soutien) n'a été publié, alors qu'il est le principal moyen de financement des productions.

Début de crise à l'ANCINE

La crise de l'ANCINE date de 2017 et a des fondements économiques et politiques. Elle commence notamment avec un rappel à l'ordre de la Cour des comptes au sujet d'irrégularités sur les rendus de compte. Les professionnels du secteur indiquent un manque de flexibilité des services de l'État en termes de réglementation de la culture.

Cette résolution de la Cour des comptes de l'Union (TCU) impose un contrôle plus strict des comptes et une réorganisation de l'ANCINE. La réforme exige un contrôle total des dépenses engagées lors de la production de tout film ou série, grâce à l'application de nouvelles technologies. Toute la machine administrative est alors à l'arrêt et la situation du cinéma et de l'audiovisuel brésilien devient de plus en plus critique. En effet, les producteurs sont hautement dépendants de l'ANCINE pour financer leurs projets mais aussi pour obtenir visa, agrément et validation de financements privés.

Arrivée de Bolsonaro au pouvoir

Alors que l'ANCINE cherchait à se restructurer pour aller de l'avant, l'élection de Jair Bolsonaro en octobre 2018 n'a pas arrangé la situation. Il déclare « la guerre » à l'ANCINE, menace de fermer cette institution, et se présente volontiers comme un ennemi de la culture. Il pratique une politique de l'inaction; en ne nommant pas les fonctionnaires qui siègent dans les commissions, il paralyse ainsi les activités de l'agence.

Plusieurs projets de films et de séries ont été complètement arrêtés ou ont été sérieusement compromis en raison de l'arrêt des aides publiques. Le nombre d'œuvres audiovisuelles produites a considérablement diminué et le secteur a beaucoup souffert économiquement avec des sociétés de production, des auteurs et des techniciens qui se trouvent dans l'impossibilité de travailler.

Aujourd'hui en 2022, il semblerait que l'ANCINE ait remis de l'ordre dans ses comptes et qu'elle soit à nouveau prête à accompagner les productions audiovisuelles et cinématographiques. De plus, la fin du mandat de Bolsonaro approchant (élections présidentielles en octobre 2022), ses attaques contre la culture et l'ANCINE ont tendance à être moins virulentes.

CRISE DU COVID

Depuis le printemps 2020, le Brésil comme le reste du monde doit aussi faire face à une nouvelle crise : la pandémie mondiale du Covid-19. Cette crise vient s'ajouter aux crises déjà présentes au Brésil et fragilise notamment le secteur audiovisuel, empêché de produire et qui ne trouve plus son public les salles étant fermées. Le Brésil ne dispose pas vraiment de mesure globale pour lutter contre le virus et c'est donc chaque État ou institution qui établit ses règles, ce qui peut expliquer des disparités sur le territoire. Une aide (menue) d'urgence a été mise en place pour le secteur de la culture. Aujourd'hui se pose la question de la reprise de la production et de l'exploitation, dans un scénario où les plateformes ont pu profiter de la situation pour se développer.

Exploitation en salle

Le premier impact du Covid se manifeste directement sur la fréquentation et la distribution en salle. La pandémie mondiale a entraîné une très forte baisse du nombre de spectateurs et les salles n'ont rouvert que très tard par rapport aux autres pays. Selon le rapport de 2020 de l'ANCINE : « *Les salles de cinéma du pays ont clôturé l'année 2020 avec une audience d'environ 39 millions de spectateurs, soit une baisse de plus de 77 % par rapport à 2019* ».

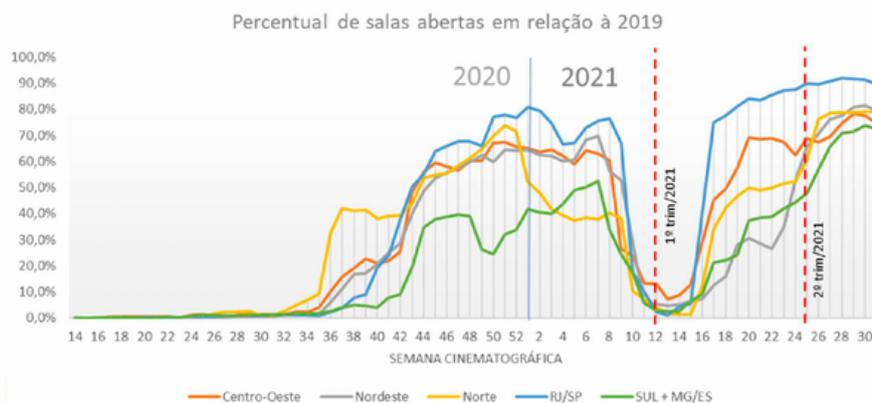
Le secteur de l'exploitation cinématographique a été gravement touché par la pandémie : 92% des salles de cinéma ont dû fermer leurs portes pendant le mois de mars 2020.

Il n'y a pas eu de date de fermeture nationale pour les salles, les décisions étant prises indépendamment par chaque État ou municipalité. Par exemple, les salles de Rio ont pu rouvrir fin août alors que celles de São Paulo ont dû attendre jusqu'à début octobre. **Certaines salles ont tout de même pu compter sur le soutien de l'ANCINE** qui a mis en place une aide de 1,5M\$ à destination des petits exploitants, afin de préserver l'emploi dans ces structures.

La fermeture des salles a cependant entraîné le développement de « drive-ins » : certains distributeurs s'en sont servi pour que leurs films puissent avoir leur première sortie sur grand écran. Ce fut notamment le cas avec le « Drive-In Paradiso » : en août 2020, en pleine pandémie de Covid-19, le **Projeto Paradiso** a lancé le premier drive-in avec une programmation 100% nationale et gratuite au Brésil. Organisé par Marina Person, il était axé sur la célébration des productions et des talents nationaux, avec de nombreuses avant-premières en programmation.

Selon les données du CNC : « En décembre 2020, on estime que 70 % des salles étaient en activité mais le public, lui, n'est pas revenu : en fin d'année, le box-office s'établit à 5 % des chiffres habituels de la période. En 2020, le nombre d'entrées dépasse à peine les 40 millions, soit 23 % de l'année précédente ; 200 nouveaux films sont sortis en salles, un peu moins de la moitié par rapport à 2019 ». Cependant, même dans ce contexte de pandémie les blockbusters américains continuent à dominer le Box Office avec 8 films dans le top 10.

Pourcentage de salles ouvertes par rapport à 2019 (par région)



Tournages

L'arrêt des tournages pendant la pandémie a eu un énorme coût pour le cinéma brésilien : la ville de São Paulo estime la perte mensuelle à 46,6 millions de reais avec la suspension du tournage pendant la quarantaine (*Nouvelles du monde*, 2020). Ce montant représente 8,3% de la valeur dépensée par l'audiovisuel dans la capitale l'année dernière. Actuellement, le nombre de tournages continue à être en chute.

Fin 2021, lors du comité d'actionnaires de Netflix, ceux-ci ont précisé : « *Nous produisons de nouveau en toute sécurité dans la plupart des marchés majeurs, sauf au Brésil et en Inde* » (ANCINE). Cette affirmation montre bien l'impact du Covid sur les tournages, qui peinent à reprendre. Netflix a été à l'origine de seulement deux séries sorties en 2021, contre cinq "originals" en 2020 et 2019. Le deuxième trimestre de 2021 a connu une augmentation significative de l'activité.

L'autre impact du Covid sur la production brésilienne est sans équivoque la hausse des coûts de tournages. On estime la hausse du coût moyen des films et programmes de télévision à 40%. Le coût des assurances a augmenté, passant d'une moyenne se situant entre 0,3% et 0,8% du budget total d'un film, à plus d'1% désormais.

Cependant le problème principal réside dans le fait que les assureurs excluent le Covid et même les maladies contagieuses en général de leur couverture, car il est difficile de prouver qu'un technicien ou un acteur a bien été contaminé sur son lieu de travail. Si un professionnel tombe malade, la responsabilité revient donc au producteur ; des mesures de prévention ont alors été prises en utilisant des tests, etc. Les syndicats ont publié un document qui établit des règles de sécurité pour le tournage pendant la pandémie servant de guide pour huit États brésiliens.

Les estimations précisent que les coûts des films publicitaires, plus simples, devraient augmenter d'environ 10%, avec des valeurs comprises entre 400 000 et 500 000 R\$. Pablo Torrecillas, producteur exécutif de la boîte de production Gullane, estime entre 30% et 40% l'augmentation du budget moyen d'un long métrage ou d'une série, qui sont tous deux plus longs et plus complexes à développer (*Folha de S.Paulo*, 2020).

6

PERSPECTIVES FUTURES POUR LE CINÉMA ET L'AUDIOVISUEL BRÉSILIEN

MUTATIONS DU PAYSAGE AUDIOVISUEL

Changements structurels de la consommation audiovisuelle

Sur une population totale de 221 millions d'habitants au Brésil, 74 % ont accès à internet en 2019, soit environ 156 millions de personnes (*The World Bank*, 2020). Si les Brésiliens utilisent premièrement internet pour envoyer des messages, le visionnage de vidéos, séries et films arrive en deuxième place des usages du web (IBGE, 2018). La population possède également plus d'un smartphone par habitant (FGV-SP, 2018). La société brésilienne est en train de réinventer sa manière de consommer des contenus grâce à cet accès facilité et à une offre chaque jour plus grande de services en ligne.

Alors que l'accès à internet se démocratise, la quantité et la répartition des écrans de cinéma sur le territoire brésilien reste très faible. En 2020, on comptait au Brésil un écran de cinéma pour 66 333 personnes en moyenne ; à titre de comparaison, en France il y a un écran pour 12 848 personnes. Face à cette situation, on comprend que les films sont nettement plus accessibles en ligne qu'en salle.

Les plateformes et le cinéma indépendant

En ce qui concerne la fréquentation des salles de cinéma pour le cinéma indépendant, les spectateurs brésiliens ne sont pas présents. Par contre, ils le sont pour les films commerciaux. Actuellement, les films indépendants connaissent une croissance de leur public sur les plateformes. Par exemple, *Drunk* de Thomas Vinterberg a été diffusé en TVOD (transactional platforms) et a fait une très bonne performance.

Un nouveau modèle ?

Il est certain que l'arrivée des plateformes bouleverse le paysage audiovisuel brésilien. Par leur public potentiel, les plateformes deviennent un lieu privilégié en termes d'exploitation des films en seconde fenêtre, voire dès la première fenêtre de diffusion.

Au niveau de l'audiovisuel, les plateformes arrivent au Brésil avec de fortes ambitions de production, notamment des séries nationales.

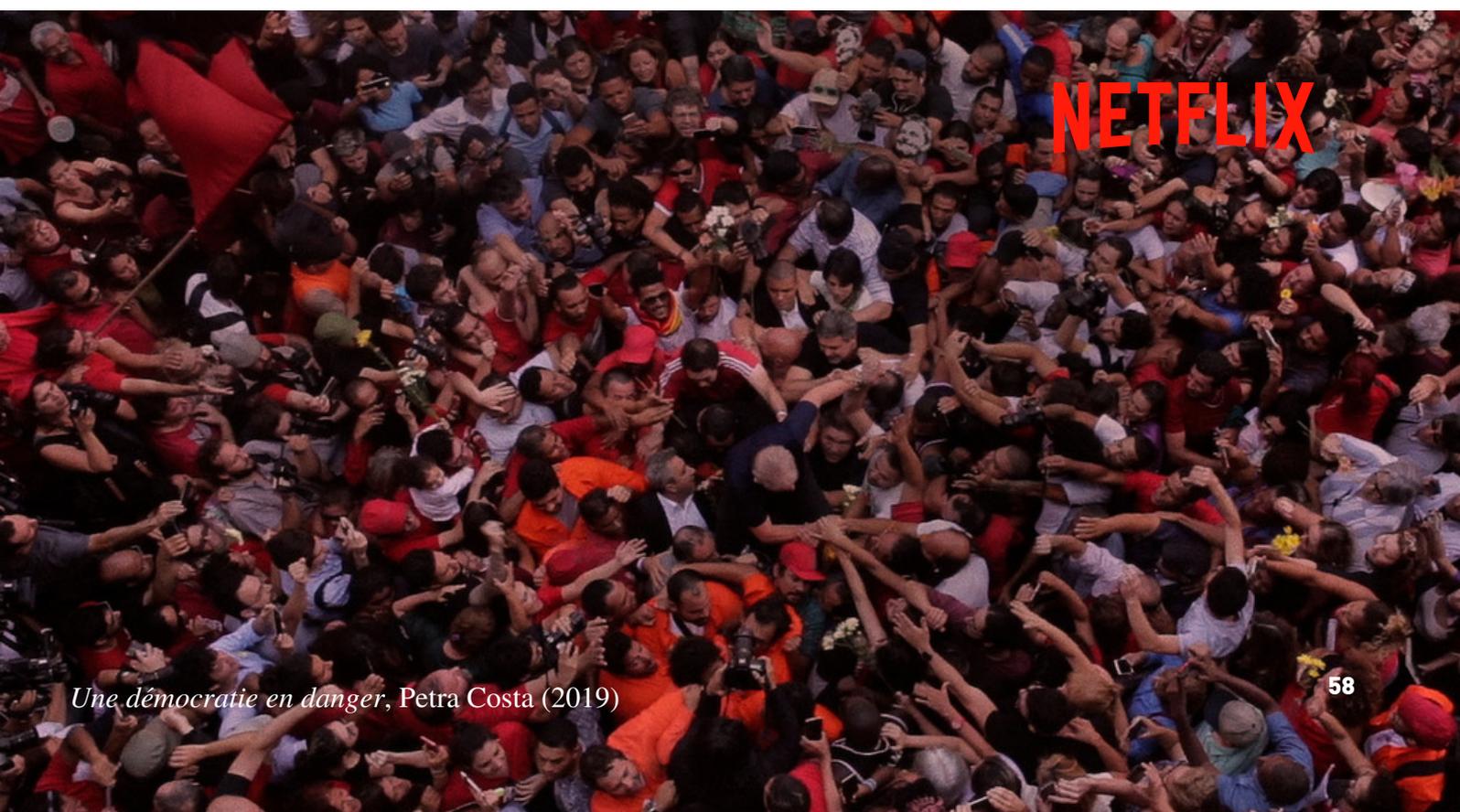
Tous ces changements demandent un temps d'adaptation. Se pose, entre autres, la question de l'avenir de l'exploitation en salle des films, face à l'absence de réglementation : les films continueront-ils à sortir au cinéma ? Le public continuera-t-il à aller les voir s'ils sont disponibles presque simultanément sur des plateformes ? Quoi qu'il en soit, en l'absence de chronologie des médias, le destin des salles reste flou.

La production des plateformes exige une quantité très importante de techniciens pour travailler sur les tournages. Il semblerait que la demande soit plus importante que l'offre et l'on assiste à de véritables pénuries de personnel formé pour travailler sur de nouveaux projets. Pour faire face à la demande, il faudrait mettre en place de nouvelles formations professionnalisantes, mais sans volonté politique cela paraît peu probable, à une époque où la culture et l'enseignement supérieur sont diabolisés par le gouvernement. Dès lors, on peut imaginer que ce sont les productions indépendantes qui vont le plus en souffrir car elles n'auront pas les moyens de dépenser plus d'argent que les plateformes pour s'assurer une équipe de techniciens.

La question de la place des petites productions se pose également. En effet, si Netflix fait produire des contenus par des sociétés brésiliennes, la plateforme va choisir d'après son cahier des charges des entreprises ayant suffisamment de structure pour atteindre ses objectifs. C'est donc, une fois de plus, des sociétés de Rio et São Paulo déjà bien implantées sur le marché qui vont emporter les contrats, laissant les régions et les plus petites structures en dehors de ce marché.

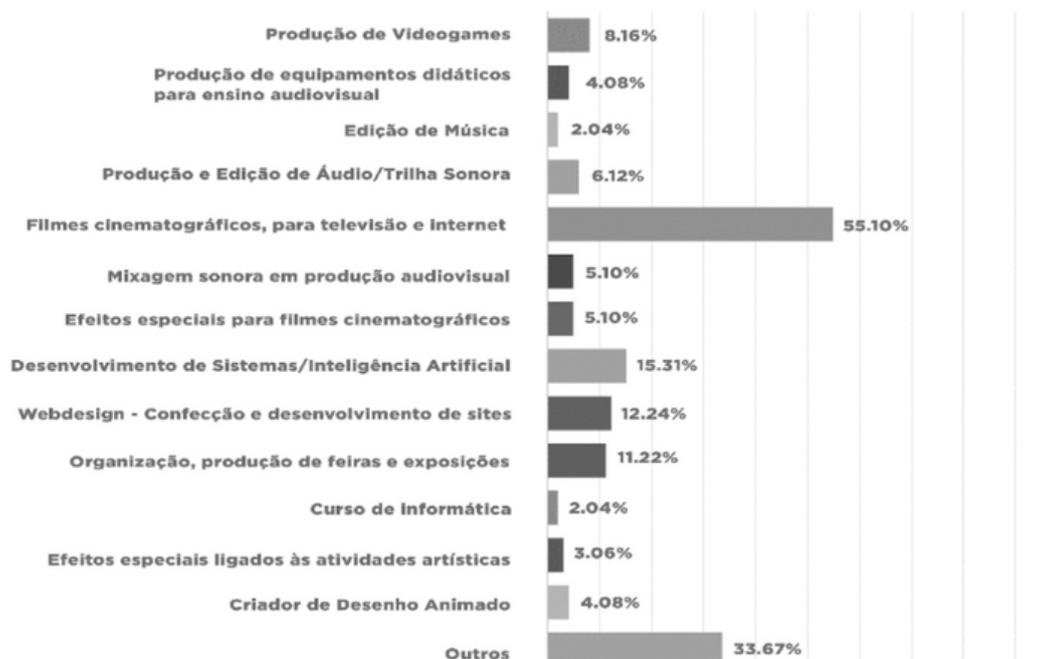
Les plateformes et notamment le géant Netflix semblent toutefois enclins au dialogue avec le marché préexistant, et prêts à négocier avec les indépendants du secteur. Pour maintenir sa bonne réputation, Netflix a assoupli ses règles en matière de droits d'auteur. Netflix achète des films indépendants brésiliens (surtout des documentaires) et se place comme partenaire plutôt que comme prédateur. Ainsi, Netflix et Vitrine Filmes développent ensemble des projets de films futurs.

Comme dans le reste du monde, l'arrivée des plateformes reste une équation à plusieurs inconnues. Mais, dans un panorama abîmé par les crises successives - économiques, institutionnelles et sanitaires - l'arrivée d'investisseurs et de diffuseurs est plutôt porteuse d'espoir pour l'industrie du cinéma brésilienne.



ESSOR DES NOUVEAUX MEDIAS

La création numérique au Brésil est encore embryonnaire. Tout comme le marché du cinéma, elle dépend en grande partie des aides publiques et des soutiens de fondations.



Répartition des activités des 138 entreprises du secteur de la XR interrogées in TORI & DA SILVA HOUNSELL, *Introdução a Realidade Virtual e Aumentada*, 2020

Introdução a Realidade Virtual e Aumentada est un livre dont la rédaction a été conduite par le Comité spécial sur la réalité virtuelle - CE-RV de la SBC (Société informatique brésilienne) afin de diffuser les connaissances fondamentales dans les domaines de la réalité virtuelle et augmentée. Ce travail a été préparé avec la collaboration de plusieurs auteurs, tous dotés d'une grande expérience dans le développement, la recherche, l'enseignement et les applications de réalité virtuelle et augmentée au Brésil et à l'étranger.

Leur étude révèle que, dans les 138 entreprises interrogées, 55,10% d'entre elles travaillent dans les domaines cinématographiques, télévisuels et d'internet, révélant la force du secteur audiovisuel dans l'industrie créative du pays. Les données recueillies montrent également que 60,75 % de ces entreprises opèrent selon le modèle commercial B2B, c'est-à-dire que la plupart d'entre elles commercialisent leurs produits ou services auprès d'autres entreprises.

Par exemple, le studio Black River, fondé en 2013 et spécialisé dans la réalité virtuelle, s'est développé au sein de l'Institut de Recherche et de Développement de Samsung (SIDIA), situé à Manaus (Etat de l'Amazonas). Sa mission est de développer des jeux de haute qualité en utilisant les dernières technologies du marché, notamment les appareils de réalité virtuelle Samsung.

Toujours selon cette même étude, 80% des entreprises de XR brésiliennes possèdent au moins 3 employés et seulement 15% en possèdent plus de 10, on reste donc sur des entreprises de petite taille.

Cependant, les projets brésiliens sont réputés pour leur grande qualité et s'exportent très bien à travers le monde. Le studio ARVORE, situé à São Paulo, a remporté le « Outstanding Innovation in Interactive Programming » Emmy Award en 2020 avec son projet d'animation en réalité virtuelle *The Line* (disponible sur Oculus). En France, deux projets brésiliens étaient en sélection officielle au New Images Festival de 2020 : *Gravity VR* de Fabito Rychter et Amir Amdoni du studio Delirium XR et *The Line* de Ricardo Laganaro.

Personnalités brésiliennes de référence dans le monde de la XR :

Ricardo Laganaro

Associé et Storytelling Officer chez ARVORE Immersive Experiences.

Ricardo Laganaro est un réalisateur brésilien basé à São Paulo. Il est diplômé en communication à l'ECA-USP, en publicité à l'ESPM et en réalisation cinématographique à la New York Film Academy. L'œuvre la plus récente de Laganaro, *The Line*, a reçu plusieurs prix à l'échelle mondiale, dont Best VR Experience au 76e Festival du film de Venise et un Primetime Emmy® Award.

Fabiano Mixo

Fondateur et directeur créatif de Vild Studio, Fabiano Mixo est un cinéaste et artiste multimédia brésilien. Ces dernières années, son travail a été présenté dans de nombreuses galeries d'art et festivals de cinéma à travers le monde et a remporté de nombreux prix, dont le Lumen Prize Audience Award et le German Film Critics European Media Art Festival. Il est le fondateur et directeur créatif de Vild Studio, une nouvelle société de production basée à Rio de Janeiro, spécialisée dans les films et les expériences immersives.

Ana Ribeiro

Ana Ribeiro est une pionnière brésilienne de la conception de jeux de réalité virtuelle. Née et élevée dans le nord-est du Brésil, elle a acquis une reconnaissance locale et mondiale pour sa créativité et son exploration des Jeux VR et la création de *Pixel Ripped*, obtenant de multiples récompenses. Elle est titulaire d'un Master en Game Design et en Programmation de Jeux & Psychologie.

Ranz Ranzenberger

Associé fondateur, réalisateur et producteur chez Azimut. Réalisateur et producteur de films immersifs 360 (cinematicVR). Il travaille à Vancouver (Canada) en tant qu'agent responsable de l'orientation des nouveaux étudiants pour Vanarts (Vancouver Institute of Media Arts) et Vancouver Film School (VFS). Spécialiste 3D et post-production avec plus de 25 ans d'expérience en infographie et effets visuels. Directeur de l'école d'animation et d'infographie AZIMUT. Chercheur à l'Ecole de Communication (ECO/UFRJ), focalisé sur les films 360° et les récits interactifs.

Concernant les relations avec la France, le festival New Images a proposé dans le cadre du Novembre Numérique 2020 un podcast nommé Virtual qui met en parallèle les créateurs XR brésiliens et français, projet soutenu par le service audiovisuel de l'Ambassade de France au Brésil et le Consulat Général de France à Recife. L'Ambassade de France au Brésil est également partenaire du Festival brésilien CVR, dédié au court métrage et aux nouvelles narrations.

Bilan fait par la Sociedade Brasileira de Computação et SBC Comissão Especial de Realidade Virtual e Aumentada - CE-RV sur le marché de la XR au Brésil :

« Comme il s'agit d'un secteur fortement lié au domaine de l'innovation, la cartographie a révélé que le comportement du marché brésilien ne diffère pas beaucoup de celui des Hubs liés à la technologie et à l'industrie créative dans le monde, confirmant ainsi les études nationales et internationales sur la relation entre les start-ups et les clusters d'innovation. La grande différence est le manque d'intérêt du gouvernement brésilien pour la promotion de la chaîne de production liée à l'industrie créative, malgré les avantages que ce secteur offre en matière de création d'emplois et de stimulation d'un cycle vertueux dans l'économie. Enfin, le défi pour

ces petites et moyennes entreprises est de pouvoir s'insérer et s'imposer sur le marché, alors qu'ils rencontrent des difficultés pour se mettre à jour sans le soutien du gouvernement. Cependant, la persévérance de l'esprit d'entreprise, les récentes récompenses étrangères du contenu de la VR et les bonnes perspectives dans le domaine des jeux peuvent montrer aux investisseurs la force que le produit brésilien peut atteindre sur le marché international. Espérons que dans les années à venir, nous pourrons surmonter la crise actuelle, et révéler ainsi la force de la XR dans l'industrie créative du pays. »

Tori Romero et Marcello Da Silva Hounsell, 2020



CVR

7

LA REPRISE DES FINANCEMENTS PUBLICS

NOUVEAU DÉPART POUR L'ANCINE

Si les commissions de l'ANCINE sont à l'arrêt depuis 2018, la taxe qui lui est destinée, prélevée auprès des télécoms, n'a pas cessé d'être collectée. Ainsi, aujourd'hui après trois ans de mandat de Bolsonaro, les caisses de l'ANCINE sont pleines. Dans le cadre de la restructuration de l'ANCINE mais aussi peut-être dans l'optique d'un changement politique prochain (les prochaines élections étant en octobre 2022), il semblerait que l'ANCINE reprenne du service.

Fin 2021 a été annoncé un plan de reprise des actions de l'ANCINE qui donne un peu d'espoir à un marché exsangue après ces dernières années de crise institutionnelle, politique et sanitaire. Le plan de relance du secteur se décline en de nombreux volets comme indiqué dans le tableau ci-dessous.

Pour l'instant seuls **trois appels à projets sélectifs ont été publiés** : celui concernant le complément de production de cinéma pour les projets déjà en cours qui n'ont pu être finalisés ; celui des nouveaux réalisateurs pour financer la production de premiers ou seconds long métrages à destination de la salle ; enfin, un appel pour les nouveaux projets de long métrages de cinéma tous genres confondus (fiction, documentaire, animation).

PLAN D' ACTIONS DU FSA (FONDS DE SOUTIEN AUDIOVISUEL) 2021- 2022				
PROGRAMMES / ACTIONS		VALEUR en R\$ (€) taux de change du 12/02/22	QUOTA RÉGIONAL	
			R\$ (€)	%
PRODECINE (production cinéma)		363.200.000 (60.918.250)	149.000.000 (24.991.242)	41%
1	Production de cinéma - complément Dépôt des projets du 07/02/2022 au 07/04/2022	100.000.000 (16.772.646)	40.000.000 (6.709.058)	40%
2	Production de cinéma - nouveaux projets Dépôt des projets du 14/03/2022 au 13/05/2022	85.000.000 (14256749)	40.000.000 (6.709.058)	47%
2.1	National	45.000.000 (7.547.690)	-	-
2.2	Régional	40.000.000 (6.709.058)	40.000.000 (6.709.058)	100%
3	Production de cinéma - via distributeur	80.000.000 (13.418.116)	32.000.000 (5.367.246)	40%
3.1	Via distributeur (sélectif) Dépôt des projets du 09/05/2022 a 08/07/2022.	50.000.000 (8.386.323)	20.000.000 (3.354.529)	40%
3.2	Via distributeur (résultat commercial) Dépôt des projets du 09/05/2022 a 24/06/2022	30.000.000 (5.031.793)	12.000.000 (2.012.717)	40%

PLAN D' ACTIONS DU FSA (FONDS DE SOUTIEN AUDIOVISUEL) 2021- 2022

PROGRAMMES / ACTIONS		VALEUR en R\$ (€) taux de change du 12/02/22	QUOTA RÉGIONAL	
			R\$ (€)	%
4	Production de cinéma - nouveaux réalisateurs Dépôt des projets du 14/03/2022 au 13/05/2022	35.000.000 (5.870.426)	21.000.000 (3.522.255)	60%
5	Coproduction internationale Dépôt des projets du 18/04/2022 au 17/06/2022	40.000.000 (6.709.058)	16.000.000 (2.683.623)	40%
6	Commercialisation	23.200.000 (3.891.253)	-	-
6.1	Complément	11.600.000 (1.945.626)	-	-
6.2	Via distributeur	11.600.000 (1.945.626)	-	-
PRODAV (production audiovisuelle)		239.800.000 (40.220.805)	112.880.000 (18.932.962)	47%
7	Production TV/VOD - Nouveaux projets	115.000.000 (19.288.542)	46.000.000 (7.715.417)	40%
7.1	National	50.000.000 (8.386.323)	-	-
7.2	Régional	30.000.000 (5.031.793)	30.000.000 (5.031.793)	100%
7.3	Tourisme	10.000.000 (1.677.264)	5.000.000 (838.632)	50%
7.4	Sport	10.000.000 (1.677.264)	5.000.000 (838.632)	50%
7.5	Animation	15.000.000 (2.515.896)	6.000.000 (1.006.358)	40%
8	Production TV/VOD - via programmeurs indépendants	30.000.000 (5.031.793)	12.000.000 (2.012.717)	40%
9	Production TV/VOD - nouveaux réalisateurs	20.000.000 (3.354.529)	12.000.000 (2.012.717)	60%
10	Jeux vidéos	10.000.000 (1.677.264)	4.000.000 (670.905)	40%
11	Production culturelle	64.800.000 (10.868.674)	38.880.000 (6.521.204)	60%
11.1	Langue portugaise	4.800.000 (805.087)	2.880.000 (483.052)	60%
11.2	Patrimoine culturel	4.800.000 (805.087)	2.880.000 (483.052)	60%
11.3	Beaux-arts	5.400.000 (905.722)	3.240.000 (543.433)	60%
11.4	Cultures populaires	19.800.000 (3.320.983)	11.880.000 (1.992.590)	60%
11.5	Indépendance - 200 ans	30.000.000 (5.031.793)	18.000.000 (3.019.076)	60%

PLAN D' ACTIONS DU FSA (FONDS DE SOUTIEN AUDIOVISUEL) 2021- 2022				
PROGRAMMES / ACTIONS		VALEUR en R\$ (€) taux de change du 12/02/22	QUOTA RÉGIONAL	
			R\$ (€)	%
PROINFRA (infrastructures)		48.200.000 (8.084.415)	8.000.000 (1.341.811)	17%
12	Investissement pour la formation	10.000.000 (1.677.264)	4.000.000 (670.905)	40%
13	Investissement infrastructures et exploitation	10.000.000 (1.677.264)	4.000.000 (670.905)	40%
14	Crédit - nouvelles technologies et accessibilité	15.000.000 (2.515.896)	-	-
15	Passage au numérique des salles d'exploitation - refinancement	10.000.000 (1.677.264)	-	-
16	PEAPE (programme spécial de soutien aux petits exploitants) - Numérisation	3.200.000 (536.724)	-	-
TOTAL GÉNÉRAL		651.200.000 (109.223.470)	269.880.000 (45.266.017)	41%

Source : BRDE, FSA, ANCINE, 2022

UNE DYNAMIQUE À CONFIRMER

Si tout se passe comme prévu, des annonces d'autres appels à projets comme celui de la coproduction internationale devraient suivre. Pour l'instant, les aides présentées suivent le modèle qui existait avant la crise. Cependant, des changements vont sûrement avoir lieu du fait de l'explosion des plateformes sur le marché brésilien. Ainsi, on peut imaginer des modalités différentes pour l'audiovisuel mais également la refonte de certaines subventions comme l'aide automatique pour les distributeurs en fonction du box-office. En effet, à cause de la fermeture des salles pendant la crise du Covid, de nombreux films sont sortis et continuent de sortir directement sur les plateformes de streaming, rendant impossible le calcul du box-office.

RETOUR AU MODÈLE D'AVANT CRISE ?

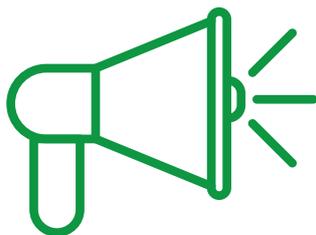
Si l'on ne peut que se réjouir de la réouverture des fonds de financement public pour le cinéma et l'audiovisuel brésilien, on peut toutefois se poser la question de la pérennité de ce modèle de production. L'ANCINE dépend en effet du gouvernement qui a la capacité d'entraver son fonctionnement lorsque celui-ci n'est pas favorable, comme ça a été le cas avec Bolsonaro. De plus, le système de production d'avant-crise basé sur le financement public (de 80 à 100% des plans de financement) a rendu le secteur très dépendant aux appels à projets en ne l'encourageant pas à diversifier ses formes de financement ou à s'ouvrir à la coproduction. Pendant les années de crise, les producteurs brésiliens ont dû faire preuve de créativité pour trouver des financements privés, notamment auprès des majors ou des plateformes. Avec le retour du FSA, on peut se demander quelle tournure va prendre la production brésilienne : si elle va profiter du retour des financements publics pour se renforcer et se diversifier ou si elle va retourner à ses habitudes du « tout-public » jusqu'à la prochaine crise.

8

RESSOURCES ET FAIBLESSES DE LA PRODUCTION AU BRÉSIL

Les perspectives du secteur audiovisuel et cinématographique au Brésil présentent une vivacité de recomposition et un fort potentiel de croissance, mais également certaines fragilités, notamment structurelles, qui pourraient freiner l'extension du marché brésilien.

Ressources	Faiblesses
Capacité à produire en volume et à croître rapidement : 3 films produits en 1992 / 183 films produits en 2018	Système de production sensible aux crises politiques et économiques
Qualité de production, de nombreux talents déjà primés et sélectionnés dans les festivals internationaux	Beaucoup de micro-productions (producteurs-réalisateurs) qui ne sont pas en mesure d'assumer des projets ambitieux
Une diversité de financements : publics, incitations fiscales, privés	Peu de formations techniques pour les professionnels de l'audiovisuel et pénurie de main-d'oeuvre à cause des streamers
Importants fonds publics en cours de déblocage	Forte dépendance aux financements publics
Un public potentiel énorme, notamment sur les plateformes	Instabilité de la monnaie : problèmes d'inflation et de taux de change pour la production et coproduction
Capacité à produire en volume et à croître rapidement : 3 films produits en 1992 / 183 films produits en 2023	Un parc de salles peu étendu



NOUVEL APPEL A PROJETS ANCINE COPRODUCTION INTERNATIONALE CINEMA 2022

Dans le cadre de la reprise des financements de l'ANCINE a été lancé le **16/02/2022 le nouvel appel à projets pour la coproduction internationale de cinéma.**

Cet appel concerne les projets d'œuvres **cinématographiques brésiliennes de long métrage de fiction, documentaire et d'animation**, réalisés en **coproduction internationale** à destination de la salle et présentés par des **productions brésiliennes indépendantes.**

Les inscriptions sont ouvertes du 18/04/2022 au 17/06/2022.

Caractéristiques de l'appel à projet :

- **40 000 000 R\$** sont disponibles pour les **coproductions internationales**, soit environ 7 millions d'euros, répartis pour moitié entre les coproductions majoritaires brésiliennes ($\geq 60\%$) d'une part et minoritaires brésiliennes ($\leq 40\%$) d'autre part.
- Il s'agit d'une **avance sur recettes** d'un montant maximum de 3 000 000 R\$ par projet soit environ **510 000 €**.
- En application des quotas régionaux, au moins 30% des ressources seront attribués aux États du Nord, Nordeste et Centro-Oeste; 10% aux États du Sud, Minais Gerais et Espiritu Santo.

ACCORD DE COPRODUCTION FRANCE-BRÉSIL

Il existe un **accord de coproduction cinématographique entre les gouvernements français et brésiliens**. Cet accord a été signé à Cannes le 18 mai 2010 et a facilité de nombreuses coproductions entre les deux pays.

Éléments essentiels de l'accord :

- Pour être admises au bénéfice de l'Accord, les œuvres cinématographiques de coproduction doivent recevoir les agréments provisoires de coproduction de la part des autorités compétentes des deux Parties (Partie française, CNC et pour la Partie brésilienne, l'ANCINE). Cet agrément doit être reçu avant le début des tournages. *Article 2*
- Les entreprises de production, pour être éligibles au bénéfice du présent Accord, doivent satisfaire aux conditions imposées par les réglementations françaises ou brésiliennes selon la Partie dont elles relèvent. *Article 3*
- Les collaborateurs artistiques et techniques doivent avoir soit la nationalité française, soit la nationalité brésilienne ou la nationalité d'un Etat membre de l'Union européenne ou d'un Etat Partie à l'Accord sur l'Espace économique européen, ou être résidents permanents de la République française, de la République fédérative du Brésil, d'un Etat membre de l'Union européenne ou d'un Etat Partie à l'Accord sur l'Espace économique européen. *Article 3*
- La proportion des apports respectifs du ou des coproducteurs de chaque Partie dans une œuvre cinématographique de coproduction peut varier de 20 % à 80 % du coût définitif de l'œuvre cinématographique. *Article 4*
- Un équilibre général doit être réalisé tant en ce qui concerne les contributions artistiques et techniques, notamment en emploi d'artistes et de techniciens et en tournages en studio, que les contributions financières. *Article 7*
- Chaque coproducteur est codétenteur des éléments corporels et incorporels de l'œuvre cinématographique. *Article 5*
- Les génériques, bandes-annonces et matériel publicitaire doivent mentionner la coproduction entre la France et le Brésil. *Article 8*
- La répartition des recettes est négociée librement entre les coproducteurs sur la base de leurs apports respectifs. *Article 9*

Procédures d'application

Les producteurs de chacune des deux Parties doivent, pour être admis au bénéfice de l'Accord, joindre à leur demande d'admission, avant le début des prises de vues, à l'autorité compétente, un dossier comportant :

- Un document concernant l'acquisition des droits d'auteur pour l'exploitation de l'œuvre cinématographique
- Un synopsis donnant des informations précises sur la nature du sujet de l'œuvre cinématographique
- Un scénario détaillé
- La liste des éléments techniques et artistiques incluant la liste des emplois des artistes et des ouvriers et techniciens imputés à chacun des coproducteurs
- Le plan de travail complété par un calendrier de la réalisation et l'indication du nombre de semaines de prises de vues (studios et extérieurs) et des lieux de prises de vues
- Un devis et un plan de financement détaillé
- Le contrat de coproduction signé entre les producteurs.

AIDE AUX CINÉMAS DU MONDE



L'aide aux cinémas du monde du CNC est une aide sélective réservée à des projets de long métrage de fiction, d'animation, ou de documentaire de création destinés à une première exploitation en salle de spectacle cinématographique dont la durée de projection finale est supérieure à une heure. Elle peut être accordée avant réalisation, ou après réalisation.

C'est une aide sélective accordée à une société de production établie en France dans le cadre d'une coproduction avec une entreprise de production établie à l'étranger. L'œuvre doit être réalisée par un ressortissant étranger (ou français par exception, mais dans ce cas, l'œuvre cinématographique ne peut être tournée principalement en version originale en langue française ou dans une langue régionale en usage en France).

L'aide aux cinémas du monde offre un point d'entrée unique aux cinéastes du monde entier. Elle vise à rendre plus ouverte, plus attrayante et plus simple l'association des cinéastes et professionnels du monde entier, en vue de coproduire ensemble les œuvres qui contribueront à promouvoir la diversité culturelle.

Projets soutenus

→ 448 projets ont été soutenus à ce jour.

→ Les principaux pays bénéficiaires ont été l'Italie (25 films), l'Argentine (19), le Brésil (16) et le Chili (11).

→ Pour les coproductions France-Brésil, l'aide aux cinémas du monde est l'une des principales sources de financement. En effet, depuis sa création en 2012, 16 coproductions franco-brésiliennes ont reçu une aide, 13 à la production et 3 à la post-production.

TOURNER AU BRÉSIL

Pour une structure de production étrangère, l'**obtention d'un visa de l'ANCINE est obligatoire pour pouvoir tourner au Brésil**. Le producteur étranger doit obligatoirement passer par l'**intermédiaire d'un producteur brésilien** pour régler toutes les formalités auprès de l'ANCINE (tout le détail disponible en Annexe 7).

Ce dernier est légalement responsable des activités des producteurs étrangers sur le territoire national, il est aussi chargé d'effectuer les demandes d'autorisation.

Concernant les tournages, certaines localités comme São Paulo mettent en place des aides de type « cash rebate » pour encourager les tournages, notamment d'envergure internationale, sur place (voir encart ci-dessous sur le Spcine)



SPCINE : Programme pour attirer les tournages dans la ville de São Paulo

→ **Cash rebate entre 20% et 30%**
→ **8,5 millions R\$ disponibles**

- **Module 1 - Productions internationales filmées à São Paulo**
 - **Module 2 - Productions brésiliennes filmées à São Paulo avec un grand potentiel international**
 - **Module 3 - Production publicitaire étrangère filmée à São Paulo**
 - **Module 4 - Aide pour les productions internationales ayant des scénarios qui incluent São Paulo dans la narration**
 - **Module 5 - Coûts de mission de repérage pour tournages dans la ville de São Paulo**
-

ANNEXES

Annexe 1 - Appels à projets Spcine

- **Appel à projet des Centres de création pour le développement d'œuvres audiovisuelles (Nucleos criativos)**

L'investissement total est de 2 millions de R\$ et jusqu'à 14 centres pourront être sélectionnés. Le montant du financement par unité dans le module 1 est de 100 000 R\$ pour les groupes qui développeront deux œuvres audiovisuelles ; dans le module 2, 200 000 R\$ sont destinés aux groupes qui développeront trois œuvres audiovisuelles.

- **Appel à projet pour finalisation pour les longs-métrages à très petit budget**

Entre 19 et 120 projets sélectionnés, investissement total de 1,2 million de R\$ pour des projets de fiction, d'animation ou de documentaires à thème libre.

Le montant du financement par long métrage envisagé sera compris entre 10 000 R\$ et 80 000 R\$, selon le module choisi et le montant demandé pour la réalisation des travaux.

Aux fins du présent avis public, ceux dont le budget est compris entre 100 000 et 800 000 R\$, dans le cas de la fiction et de l'animation, seront considérés comme des longs métrages à très petit budget ; et de 100 000 R\$ à 480 000 R\$, dans le cas d'un documentaire.

- **Appel à projet de production de Court-métrage**

Cet avis public vise à soutenir financièrement, à titre non exclusif, la production de 18 œuvres audiovisuelles de fiction, non-fiction et courts métrages d'animation libres, utilisant des techniques médiatiques immersives

Jusqu'à six projets "Fiction", six projets "Non-Fiction" et six projets "Animation", avec une contribution de 100 000 R\$ pour chaque projet.

- **Avis public de diffusion des longs-métrages de petite et moyenne taille**

Jusqu'à six projets seront sélectionnés dans le module I, avec une contribution de 200 000 R\$ pour chaque œuvre qui sortira dans au moins 10 cinémas commerciaux ou Cines-Drive-In ; et jusqu'à huit projets dans le module II, avec une allocation de 100 000 R\$ pour chaque production à sortir dans au moins cinq cinémas commerciaux ou Cines-Drive-Ins.

Annexe 2 - Appel à projet n°14 Funcultura 2021

2.2. O valor disponível para aprovação de projetos culturais será distribuído nas seguintes categorias:

Nº	Ação	Descrição da ação	Fonte de Recursos (local ou FSA)	Valor (R\$)
1	Longa-metragem 1	Produção (produção e finalização)	FSA ou Funcultura	R\$ 2.500.000,00
2	Longa-metragem 2	Produção (produção e finalização)	FSA ou Funcultura	R\$ 1.500.000,00
3	Produtos pra TV 1	Obra Seriada Documental, Obra Seriada Ficção, Obra Seriada Animação, Telefilme Documental e Telefilme Ficção ou animação.	FSA ou Funcultura	R\$ 2.500.000,00
4	Produtos pra TV 2	Obra Seriada Documental, Obra Seriada Ficção, Obra Seriada Animação, Telefilme Documental e Telefilme Ficção ou animação.	FSA ou Funcultura	R\$ 1.500.000,00
Total:				R\$ 8.000.000,00

Annexe 3 - Appel à projet n°15 Funcultura 2021

2.2. O valor disponível para aprovação de projetos culturais será distribuído nas seguintes categorias:

Categorias	Funcultura
I - Curta-metragem e média-metragem	R\$ 1.700.000,00
II - Difusão	R\$ 1.100.000,00
III - Formação	R\$ 700.000,00
IV - Desenvolvimento do Cineclubismo	R\$ 480.000,00
V - Revelando os Pernambucos	R\$ 480.000,00
VI - Games	R\$ 50.000,00
VII - Pesquisa e Preservação	R\$ 160.000,00
VIII - Desenvolvimento de Longa-Metragem	R\$ 150.000,00
IX - Desenvolvimento de Produtos para TV	R\$ 300.000,00
X - Obra seriada de curta duração	R\$ 200.000,00
XI - Finalização e distribuição de longa-metragem	R\$ 900.000,00
XII – Websérie/Webcanal	R\$ 60.000,00
TOTAL	R\$ 6.280.000,00

Annexe 4 - Tableau des projets sélectionnés pour le court métrage d'animation

Protocolo	Título	Executor	Município	Valor Aprovado	Status
2021.2104.0013	Não olhe para trás	Elisa Guimarães Santos	DIVINÓPOLIS	R\$ 40.000,00	Classificado
2021.2104.0014	Boi Sabino	Cristopher Gonçalves da Costa	DIVINÓPOLIS	R\$ 40.000,00	Classificado
2021.2104.0021	Acayaca	Mirian Aparecida Rolim	BELO HORIZONTE	R\$ 40.000,00	Classificado
2021.2104.0006	Diamantes de Acayaca	Francisco Otavio Nora Franco	JUIZ DE FORA	R\$ 40.000,00	Classificado
2021.2104.0018	NEGO D'ÁGUA	NEWTON RIBEIRO ROCHA JUNIOR	BELO HORIZONTE	R\$ 40.000,00	Classificado
2021.2104.0009	Amigos até o osso	ILIDIO CAPUCCI JUNIOR	SETE LAGOAS	R\$ 40.000,00	Classificado

Annexe 5 - Critère d'analyse des projets - Appel à projets coproduction internationale

Catégorie		Poids
1	Aspects artistiques et de coproduction	60%
1.1	Évaluation du projet, synopsis, note d'intention et scénario	40%
1.2	Pertinence du projet pour le développement de l'intégration des industries audiovisuelles et la diffusion de la diversité culturelle des pays coproducteurs et de la potentielle circulation de l'oeuvre.	20%
2	Capacité de gestion et de performance de la société de production	40%
2.1	Capacité de gestion - classification de niveau à l'ANCINE	10%
2.2	Performance commerciale des œuvres produites par la société de production en salles de cinéma	15%
2.3	Performance artistique: participation et prémiation en festivals	15%
	Total	100%

Annexe 6 - Films produits par la Globo entre 2003 et 2010

Film/réalisation	Année	Production	Spectateurs
Carandiru H.Babenco	2003	HB Filmes Globo Filmes Columbia Tristar	4 693 853
Cazuza S. Wernech/W. Carvalho	2004	Globo Filmes Lereby Produções Cineluz Produções Columbia Tristar	3 062 522
Os dois filhos de Francisco B. Silveira	2005	Globo Filmes Lereby Produções Cineluz Columbia Tristar	5 319 677
Se eu fosse você D. Filho	2006	Globo Filmes Total Filmes/Lereby Fox Film Brasil	3 644 956
Tropa de Elite J. Padilha	2007	Zazen Produções	2 417 193
Meu nome não é Johnny M. Lima	2008	Globo Filmes Atitude Produções Sony Pictures Home Entertainment/Telemage Apena	2 000 000
Se eu fosse você 2 D. Filho	2009	Globo Filmes Fox Film Lereby	5 786 844
Tropa de Elite 2 J. Padilha	2010	Globo Filmes, Zazen Produções, Feijão Filmes, RioFilme	11 023 475

Source : données ANCINE 2011

Annexe 7 - L'ANCINE a partagé une liste pour régler les conditions de tournages des producteurs étrangers:

La Décision Réglementaire n ° 79 du 15 Octobre 2008 régleme les conditions de tournage, d'enregistrement et de prise d'images animées, avec ou sans son, pour la production d'œuvres audiovisuelles étrangères dans le territoire national.

1. Pour quelles productions audiovisuelles étrangères faut-il déposer une notification préalable auprès de l'ANCINE (Agence Nationale du Cinéma) sur les activités de tournage et d'enregistrement au Brésil ?

Sauf pour les productions étrangères qui font du journalisme-nouvelles, toutes les autres doivent accomplir une notification préalable.

2. Est-ce que la notification est effectuée directement par les producteurs étrangers ?

Non. Le producteur étranger (ou la personne légalement responsable de la production) devra recruter un producteur brésilien, enregistré auprès d'ANCINE. C'est celui-ci qui aura la fonction de régler directement avec l'Agence toutes les questions relatives à l'autorisation pour le tournage.

3. Quel est la tâche de ce producteur brésilien ?

En plus d'agir comme représentant des producteurs étrangers pour leurs rapports avec ANCINE, il sera responsable de l'obéissance à la législation pertinente et s'occupera des questions relatives au dédouanement des équipements. Il aura la fonction de soutien général à son partenaire étranger.

4. Comment fait-on la notification ?

Le producteur brésilien communique à ANCINE son intérêt et sa responsabilité sur l'exécution des prises d'images et leur enregistrement via le portail de services du gouvernement fédéral.

5. Quels sont les documents que le producteur brésilien doit apporter à ANCINE ?

En ensemble avec le formulaire de notification disponible sur le portail ANCINE, le producteur brésilien doit présenter les documents suivants (dispensés d'être notariés) :

- a) une copie du contrat signé entre le producteur étranger (ou son représentant légal pour les affaires au Brésil) et son partenaire brésilien (entreprise de production titulaire d'une autorisation d'exercice octroyée par ANCINE), en précisant les responsabilités respectives, outre la rémunération convenue et la période de validité de l'instrument ;
- b) une copie de la traduction de ce contrat, s'il n'est pas rédigé originalement en Portugais ;
- c) le plan provisoire de tournage/enregistrement, avec les détails des dates et lieux (Commune / État) au Brésil, où ils effectueront le travail ;
- d) une copie des pages d'identification du passeport de chaque professionnel étranger.

6. Quelle est l'autorité brésilienne responsable de la concession des visas d'entrée au Pays ?

Le visa est concédé par la représentation diplomatique brésilienne à l'étranger. Aussitôt que les exigences réglementaires sont remplies, ANCINE expédie une lettre à la représentation diplomatique compétente, en communiquant que l'avis préalable a été fait. La représentation diplomatique prend alors la décision sur la concession du visa d'entrée et de séjour temporaire aux professionnels étrangers. Une copie de la lettre est envoyée au partenaire brésilien responsable.

7. Qui détermine la durée du visa ?

La durée du visa est établie par la représentation diplomatique brésilienne compétente, compte tenu du calendrier de tournage et enregistrement consigné.

8. Quel sont les délais nécessaires pour que ANCINE examine les documents concernant la notification de productions étrangères au Brésil ?

Le délai est de jusqu'à cinq (5) jours ouvrables, maximum, sous la condition que les documents soient envoyés correctement.

9. Que faire en cas de changement des conditions de tournage initialement informées ?

Toute modification (comme, par exemple, les situations décrites ci-dessous) doit être communiquée via le portail de services du gouvernement fédéral.

- a) modification de la représentation diplomatique brésilienne auprès de laquelle les visas d'entrée et de séjour temporaire devront être demandés ;
- b) l'inclusion ou l'exclusion de techniciens et d'artistes ;
- c) l'extension et / ou changement de la période de séjour temporaire au Brésil des techniciens et des artistes ;
- d) modification des lieux de tournage/enregistrement ;
- e) l'annulation de l'activité autorisée.

10. Quel est l'organisation publique brésilienne chargée des questions douanières ?

Les questions relatives à la douane doivent être réglées directement avec la « Secretaria da Receita Federal » (bureau fiscal national).

11. Est-ce que d'autres sources d'informations à l'appui des producteurs étrangers sont disponibles au Brésil ?

Pour plus d'informations sur le choix des lieux, les contacts avec le secteur privé, entre autres sujets, vous pouvez contacter les Film Commissions régionales.

(ANCINE, Cinéfrance, *Filmer au Brésil*, 2008)

BIBLIOGRAPHIE

Sites internet

ABRAPLEX - Associação Brasileira das Empresas Exibidoras Cinematográficas Operadoras de Multiplex : <https://www.abraplex.com/>

ANCINE - Agência Nacional do Cinema : <https://www.gov.br/ancine/pt-br>

CNC - Centre National du Cinéma et de l'Image Animée : <https://www.cnc.fr/>

Filme B - Referência no Mercado de Cinema no Brasil : <http://www.filmeb.com.br/>

Funcultura : <http://www.cultura.pe.gov.br/funcultura/>

IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística : <https://www.ibge.gov.br/pt/inicio.html>

JANGADA : <https://www.jangada.org/>

LegisWeb : <https://www.legisweb.com.br/>

OCA - Observatório Brasileiro do Cinema e do Audiovisual : <https://oca.ancine.gov.br/>

Riofilme : <http://www.riofilme.com.br/sobre/>

Sp cine (Société Cinématographique et Audiovisuelle de São Paulo) : <http://spcine.com.br/>

Statistica Research Department : <https://fr.statista.com/>

Story Productions : <https://www.storyproductions.com/fr/home>

Secretaria de Estado de Cultura e Turismo : <https://www.secult.mg.gov.br/>

The World Bank : <https://www.worldbank.org/en/home>

Sites internet - festivals

Festival international du film de Rio de Janeiro : <http://www.festivaldoriorio.com.br/>

Festival du Film International de Sao Paulo - la Mostra : <https://45.mostra.org/>

Rio Content Creative : <https://www.rio2c.com/en/>

Festival Coisa de Cinema à Salvador de Bahia :

<https://xvi-panorama.coisadecinema.com.br/en/home-en/>

Festival Varilux de Cinéma Français au Brésil : <https://variluxcinefrances.com/2021/>

Festival É Tudo Verdade : <http://etudoverdade.com.br/br/home/>

Br-LAB : <https://brlab.com.br/>

CineBH : <https://cinebh.com.br/>

Rapports

Accord de coproduction cinématographique entre le Gouvernement de la République Fédérative du Brésil et le Gouvernement de la République Française, 2010.

ANCINE, Cinéfrance, *Filmer au Brésil*, 2008.

<https://antigo.ancine.gov.br/pt-br/manuais/filmar-brasil/filmer-au-br-sil-fran-ais>

ANCINE, *Perguntas Frequentes Prêmio Adicional de Renda*, 2015.

<https://antigo.ancine.gov.br/sites/default/files/Perguntas%20Frequentes%20v1.pdf>

ANCINE, OCA, *Elaboração Própria*, 2018.

ANCINE, IBGE, *Coordenação de serviços e comércio - Pesquisa Anual de Comércio 2007-2018*, 2018.

ANCINE, "Distribuição em salas -2018", *Informe de mercado*, Observatoire brésilien du cinéma et de l'audiovisuel, 2019.

https://oca.ANCINE.gov.br/sites/default/files/repositorio/pdf/informe_distribuicao_em_salas_2018.pdf

ANCINE, OCA, *Anuário Estatístico do Cinema Brasileiro*, 2019.

https://oca.ancine.gov.br/sites/default/files/repositorio/pdf/anuario_2019.pdf

ANCINE, *Panorama do Setor Audiovisual Brasileiro*, 2021.

BRDE, FSA, ANCINE, *Complementação 2021 (Retificação nº 01, de 28/01/2022)*, 2022.

https://www.brde.com.br/wp-content/uploads/2022/01/Edital-Chamada-Pública-BRDE-FSA_Complementação-2021-retificação-nº-01.pdf

BRDE, FSA, ANCINE, *Produção Cinema - 2022*, 2022.

https://www.brde.com.br/wp-content/uploads/2022/02/Edital-Chamada-Pública-BRDE-FSA_Produção-Cinema-2022-com-anexos.pdf

BRDE, FSA, ANCINE, *Coprodução Internacional Cinema 2022*, 2022.

https://www.brde.com.br/wp-content/uploads/2022/02/Edital-Chamada-Pública-BRDE-FSA_Coproduco-Internacional-Cinema-2022-com-anexos.pdf

BRDE, FSA, ANCINE, *Novos Realizadores 2022*, 2022.

https://www.brde.com.br/wp-content/uploads/2022/01/Edital-Chamada-Pública-BRDE-FSA_Novos-Realizadores-2022-com-anexos.pdf

Cinéfrance, Service Audiovisuel de l'Ambassade de France au Brésil, *Les mécanismes de financement fédéral de l'audiovisuel au Brésil*, 2018.

<https://cinefrance.com.br/arquivos/audiovisuelFinancementFederalBresilFR.pdf>

CNC, *Cooperação cinematográfica – État des lieux*, 2022.

FDC, *Mapeamento e Impacto Econômico do Setor Audiovisual No Brasil*, 2016.

<https://www.abap.com.br/wp-content/uploads/2021/06/mapeamento-e-impacto-economico-do-setor-audiovisual-no-brasil-2016.pdf>

FGV-SP (Fundação Getúlio Vargas), *Pesquisa Anual de Administração e Uso de Tecnologia da Informação nas Empresas*, 2018.

Funcultura, *14º Edital do programa de fomento à produção audiovisual de Pernambuco – Edital para projetos na área de audiovisual*, 2021.

<http://www.cultura.pe.gov.br/wp-content/uploads/2021/02/14º-EDITAL-DO-PROGRAMA-DE-FOMENTO-À-PRODUÇÃO-AUDIOVISUAL-DE-PERNAMBUCO-2020-2021-Atualizado-em-17.09.21.pdf>

Funcultura, *15º Edital do programa de fomento à produção audiovisual de Pernambuco – Edital para projetos na área de audiovisual*, 2021.

<http://www.cultura.pe.gov.br/wp-content/uploads/2021/02/15º-EDITAL-FUNCULTURA-AUDIOVISUAL-2020-2021-Atualizado-em-17-de-setembro-de-2021.pdf>

Instituto Olga Rabinovich (IOR), *Retrato do Audiovisual Brasileiro*, 2018.

https://drive.google.com/file/d/14zdx_UdPbqFScxP8F8df2WdZCGoRX8rD/view

KOLJONEN, Johanna, *Nostradamus Report : Transforming Storytelling Together*, Göteborg Film Festival, 2021.

KPMG, *Film Financing and Television Programming: A Taxation Guide*, 2018.

<https://assets.kpmg/content/dam/kpmg/us/pdf/2019/01/710923-brazil-2018.pdf>

RIOFILME, *Edital de fomento reembolsável automático*, 2021.

<http://www.riofilme.com.br/wp-content/uploads/2021/09/EDITAL-DE-FOMENTO-REEMBOLSÁVEL-AUTOMÁTICO.pdf>

Publications

DROULERS, Martine, *Le Brésil à l'aube du troisième millénaire - Télévision et modes de vie : spécificités et futur du modèle brésilien*, Éditions de l'IHEAL, coll. Travaux et Mémoires, 1990.

TORI, Romero, DA SILVA HOUNSELL, Marcelo, *Introdução a Realidade Virtual e Aumentada, SBC Comissão Especial de Realidade Virtual e Aumentada*, CE-RV, 2020.

Articles

AFP, “Studios de TV Globo: l'usine à rêves du Brésil, fourmilière de 7.000 personnes”, *L'Express*, publié le 09/12/2013.

https://www.lexpress.fr/actualites/1/culture/studios-de-tv-globo-l-usine-a-reves-du-bresil-fourmiliere-de-7-000-personnes_1306157.html

DE MINAS, Estado, “Após Bolsonaro criticar filmes nacionais, Michelle assiste 'Minha Mãe é uma Peça 3’”, *Diario de Pernambuco*, publié le 27/12/2019.

<https://www.diariodepernambuco.com.br/noticia/viver/2019/12/apos-bolsonaro-criticar-filmes-nacionais-michelle-assiste-minha-mae.html>

FOLHAPRESS, “Kleber Mendonça tem 30 dias para devolver R\$ 2,2 milhões aos cofres públicos”, *Diario de Pernambuco*, publié le 05/03/2019.

<https://www.diariodepernambuco.com.br/noticia/viver/2019/05/kleber-mendonca-tem-30-dias-para-devolver-r-2-2-milhoes-aos-cofres-pu.html>

Geoffrey, “Avec l'arrivée de Globoplay, les chaînes brésiliennes du groupe ne seront plus proposées chez Free et SFR”, *Alloforfait*, publié le 29/11/2021.

<https://alloforfait.fr/tv/news/90218-globoplay-chaines-bresiliennes-groupe-seront-plus-proposees-chez-free-sfr.html>

KAY, Jeremy "Netflix donates to Brazil, Mexico industry workers as part of \$100m relief fund", *Screen Daily*, publié le 14 avril 2020.

LECUYER, Juliette, "Entretien avec Raphaël Ceriez, attaché audiovisuel au Brésil", *French TV Stories*, publié le 30/03/2017.

<https://frenchtvstories.tv/info-internationale/entretien-avec-raphael-ceriez-attache-audiovisuel-au-bresil/>

MATOS, Thaís, "Cinema cresce no Brasil em 2019, mas público de filmes brasileiros foi menor que em 2018", *G1*, publié le 14/01/2020.

<https://g1.globo.com/pop-arte/cinema/noticia/2020/01/14/cinema-cresce-no-brasil-em-2019-mas-publico-de-filmes-brasileiros-foi-menor-que-em-2018.ghtml>

PERASSOLO, João, "Produtores de cinema e TV já encaram o custo Covid, que deixa filmes 40% mais caros", *Folha de S.Paulo*, publié le 25/07/2020.

<https://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2020/07/produtores-de-cinema-e-tv-ja-encaram-o-custo-covid-que-deixa-filmes-40-mais-caros.shtml>

RIVERA, Alfonso, "Le programme Ibermedia 2020 soutient 29 projets de films européens", *Cineuropa*, publié le 18/12/2020.

<https://cineuropa.org/fr/newsdetail/396000/>

RUFI, Emmanuel, "Les chiffres en Trompe-l'oeil", *La revue des médias, INA*, publié le 21/02/2014.

<https://larevuedesmedias.ina.fr/les-chiffres-en-trompe-loeil-du-cinema-bresilien>

SMITH, Will, "How much do streaming services cost in Brazil and how to save", *SproutWired*, publié le 05/01/2021.

<https://www.sproutwired.com/how-much-do-streaming-services-cost-in-brazil-and-how-to-save/>

THOMAS, Erika, "Cinéma brésilien : essor et failles d'un modèle économique", *La revue des médias, INA*, publié le 06/07/11.

<https://larevuedesmedias.ina.fr/cinema-bresilien-essor-et-failles-dun-modele-economique>

THOMAS, Erika, "Les médias audiovisuels publics au Brésil : Un défi démocratique", *La revue des médias, INA*, publié le 23/09/2015.

<https://larevuedesmedias.ina.fr/les-medias-audiovisuels-publics-au-bresil-un-defi-democratique>

TOME, Bruno, "Marighella: Em meio à polêmica sobre censura, filme de Wagner Moura chega ao Brasil", *Observatório do Cinema*, publié le 11/02/2021.

<https://observatoriodocinema.uol.com.br/filmes/2021/11/marighella-em-meio-a-polemica-sobre-censura-filme-de-wagner-moura-chega-ao-brasil>

VACCARI, Beatriz, "Além da Netflix - 15 serviços de streaming diferentes para você conhecer", *Canaltech*, publié le 22/07/2021.

<https://canaltech.com.br/entretenimento/servicos-streaming-diferentes-netflix/>

VIEIRA, Teresa, "L'ICA portugais annonce son plan d'activité pour 2020", *Cineuropa*, publié le 08/01/2020.

<https://cineuropa.org/fr/newsdetail/383275/>

“Brazil streaming market share analysis 2020: Netflix, Amazon Prime Video, Hulu, Disney+, Apple TV+ and more”, *Parrot Analytics*, 01/03/2021.
<https://www.parrotanalytics.com/insights/brazil-streaming-market-share-analysis-2020/>

“Discovery+ Launches in Brazil november 9 as the Definitive Streaming Service For Real-Life Entertainment”, *Discovery*, publié le 04/11/2021.
<https://corporate.discovery.com/discovery-newsroom/discovery-launches-in-brazil-november-9-as-the-definitive-streaming-service-for-real-life-entertainment/>

“List of American countries by monthly average wage”, *Wikipedia*, publié le 23/02/2022.
https://en.wikipedia.org/wiki/List_of_American_countries_by_monthly_average_wage

“Novelas reprisadas fazem Globo e Record baterem recordes de audiência”, *tvpop*, Audiências de 17/02/2022.
<https://www.tvpop.com.br/44298/audiencias-17-fevereiro-novelas-reprisadas-fazem-globo-e-record-baterem-recordes-de-audiencia/>

“Pesquisa sobre cinema - 2019”, *Cuponation*, 2019.
<https://www.cuponation.com.br/insights/cinema-2019>

“Retour progressif des cinémas au Brésil entraînant une fréquentation faible mais significative”, *Les Nouvelles du Monde*, publié le 31/10/2020.
<https://www.nouvelles-du-monde.com/retour-progressif-des-cinemas-au-bresil-entraignant-une-frequentation-faible-mais-significative-nouvelles/>

Entretiens

Entretien avec Tatiana Leite, Productrice chez Bubbles Project, Université Paul Valéry - Montpellier 3, le 23 novembre 2021.

Entretien avec Joséphine Bourgois, Directrice exécutive du Projeto Paradiso, Université Paul Valéry - Montpellier 3, le 30 novembre 2021.

Entretien avec Silvia Cruz, Directrice de Vitrine Filmes, Université Paul Valéry - Montpellier 3, le 2 février 2022.

Entretien avec Juliette Lécuyer, Analyste information internationale chez UNIFRANCE, Université Paul Valéry - Montpellier 3, le 17 février 2022.

Les rédacteur-ice-s tiennent à remercier :

Tatiana Leite, Josephine Bourgois, Rafeal Sampaio, Claire Gadéa, Silvia Cruz, Eva Morsch Kihn, Magalie Armand et Noémi Kahn (Département Coproduction Coopération et Cinémas du monde du CNC), Juliette Lécuyer et Delphyne Besse (Unifrance)

LE MASTER 2 MÉTIER DE LA PRODUCTION CINÉMA & AUDIOVISUEL



Le Master 2 Cinéma et Audiovisuel parcours Métiers de la production a pour vocation de **former des entrepreneurs culturels dans le domaine de l'image animée** (cinéma, audiovisuel, productions interactives), capables de mettre en pratique les moyens techniques, artistiques, juridiques et financiers intervenant dans un processus de production. L'accent est mis sur la **dimension internationale**, à travers les différentes interventions de professionnels et l'organisation d'un **séminaire** sur la coproduction européenne, en partenariat avec les festivals Cinemed à Montpellier et Cinélatino à Toulouse. La formation articule

apprentissage théorique (septembre-mars), qui bénéficie de l'expérience de nombreux professionnels en activité sur des postes à haute expertise, et un stage long de 4 à 6 mois en seconde partie d'année (avril-septembre).

Le Master 2 Cinéma et audiovisuel parcours Métiers de la production est dirigé par **Vincent Deville** (Maître de conférences en cinéma) et **Serge Lalou** (Producteur aux Films d'Ici - Paris et Films d'Ici Méditerranée - Montpellier, professionnel associé à l'Université Paul-Valéry).

PROMOTION 2021 - 2022 / RÉDACTEUR-ICE-S DE CE GUIDE

Mathilde Boisselier

Chiara Bosco

Eugénie Chéreau

Elise Chevron

Tom Chovelon

Louis Coquelin

Ambre Dangerma

Marie Dumas

Oxane Durand

Marie-Jade Fayard

Gabrielle Gonçalves

Mahmoud Jerbi

Nicolas Koulibale

Lina Mahfi

Sophie Menegazzi

Angèle Perrottet

Pauline Racz

Elena Sarnin

Marie Sebaoun

Contact :

mpca2122@gmail.com

masters.spectacle@univ-montp3.fr

Suivez l'actualité du master :

[Site web](#)

[Facebook](#)

[Instagram](#)

[Linkedin](#)

**Merci !
Obrigad@ !**



2022